



MACH DICH STARK
WERDE SPD-MITGLIED
www.eintreten.spd.de



Arbeitsbuch

MITGLIEDER WERBEN PRAKTISCH GEMACHT

© 2014



Mitgliederwerbung. Mitgliederbindung. Rückgewinnung.

- Beratung, Unterstützung, Service
- Materialien
- Best-Practice
- Wettbewerbe und Kampagnen
- Schulungen
- Statistiken zur Mitgliederentwicklung

Ansprechpartner

Tobias Keim

E-Mail: Tobias.Keim@spd.de, Telefon (030) 25991 582

Katja Knopp

E-Mail: Katja.Knopp@spd.de, Telefon (030) 25991 249

Mitgliederwerbung und –entwicklung

SPD Parteivorstand

Willy-Brandt-Haus

Wilhelmstraße 141

10963 Berlin

Fax (030) 259 91 - 315

E-Mail: mitgliederwerbung@spd.de



Mitgliederwerbung auf die kommenden Jahre verschieben?

Auszug aus einem fiktiven Gespräch zwischen einer Ortsvereinsvorsitzenden und einem Unterbezirksgeschäftsführer

OV-Vorsitzende: „Guten Morgen Peter.“

UB-Geschäftsführer: „Guten Morgen Barbara, was kann ich für Dich tun?“

OV-Vorsitzende: „Meine Vorständler wollen, dass ich ihnen die aktuellen Zahlen zur Mitgliederentwicklung vorstelle. Kannst Du mir da etwas ausdrucken?“

UB-Geschäftsführer: „Aber klar! Ich rufe das eben in der MAVIS auf...oh, bei Euch ist ja seit einem halben Jahr niemand mehr eingetreten!“

OV-Vorsitzende: „Wem sagst Du das? Zuvor übrigens für längere Zeit auch nicht mehr, wenn Du Dich erinnerst. Deswegen haben wir ja bei jeder Präsentation der aktuellen Mitgliederzahlen im UB-Vorstand immer ordentlich auf den Deckel bekommen. Ich habe mich irgendwann kaum noch dorthin getraut. Das ist doch verrückt, der Bundesparteitag beschließt eine Parteireform und wir müssen irgendwelche Beauftragten wählen und wissen gar nicht, was die machen sollen.“

UB-Geschäftsführer: „Aber wieso, das mit den Mitgliederbeauftragten ist doch eine tolle Idee! Es ist doch gut, wenn jemand im Blick hat, wie sich die Mitgliederzahl entwickelt und dies zum Thema macht.“

OV-Vorsitzende: „Aber schau’ Dir doch die Mitgliederentwicklung der gesamten SPD an, wir hatten zwischenzeitlich weniger Mitglieder als die CDU. Wenn mein Vater, langjähriger sozialdemokratischer Bürgermeister wie Du weißt, das mitbekäme, dann würde er sich im Grab herumdrehen. Nein, nein, da hatten wieder einige eine fixe Idee und wir müssen irgendeinen zusätzlichen Posten schaffen, ohne jemanden zu haben, der das machen will.“

UB-Geschäftsführer: „Ihr habt doch bestimmt geeignete und motivierte Personen bei Euch, die so etwas gerne übernehmen würden...?“

OV-Vorsitzende: „Motivierte Personen? Ich wäre ja schon froh, wenn mehr als 20 Leute zur Jahreshauptversammlung kämen. Es ist jedes Mal ein Riesenaufwand, überhaupt Leute für die Vorstandsarbeit zu gewinnen. Und unsere Ratsfraktion? Hör’ mir auf, die reden sich immer mit ihren ganzen Terminen heraus. Und dann streiten sie sich ständig. Jetzt will auch noch das jüngste Fraktionsmitglied das Ratsmandat niederlegen, weil der Fraktionsvorsitzende ihr gesagt hat, dass sie sich erst einmal ihre Sporen verdienen soll, bevor sie sich ihre Ausschüsse aussuchen darf. Mann oh Mann, und dann sollen wir im Wahlkampf alle lächelnd am Stand stehen und die Leute bitten, uns zu wählen und im Extremfall sogar noch bei uns mitzumachen?“

Einleitung

UB-Geschäftsführer: „Aber Ihr habe es doch selbst in der Hand, daran etwas zu ändern. Du bist doch damals als Vorsitzende angetreten, um eine neue Kultur des Dialogs einzuführen, um die Partei vor Ort zu beleben und um neue Mitglieder zu gewinnen.“

OV-Vorsitzende: „Tja, da konnte ich aber noch nicht ahnen, dass unsere Regierungszeit in Berlin uns auf so lange Sicht einen deftigen Strich durch die Rechnung machen wird. Und wann sollen wir uns denn bitte um die Mitgliederwerbung kümmern? Da gibt es so viel anderes zu tun. Im Moment stecken wir mitten in der Wahlkampf vorbereitung, außerdem müssen wir noch die Mitgliederehrung und den Neujahrsempfang organisieren.“

UB-Geschäftsführer: „Fühlt sich denn niemand von Euch für die Mitgliederwerbung verantwortlich? Habt Ihr keinen Mitgliederbeauftragten?“

OV-Vorsitzende: „Da findet sich niemand, Du weißt doch wie das ist. Wir sind alle voll ausgelastet. Aber wenn Du schon so schlau daher redest, warum kümmerst Du Dich denn nicht darum?“

UB-Geschäftsführer: „Du hast Vorstellungen! Ich mache sowieso schon Überstunden und bin an vier Abenden in der Woche auf irgendeiner Funktionärssitzung. Außerdem habe ich mittlerweile drei Unterbezirke zu betreuen!“

OV-Vorsitzende: „Na, dann müssen wir die Mitgliederwerbung wohl auf die kommenden Jahre verschieben.“

Stell' Dir vor, eine Person, die an einer SPD-Mitgliedschaft interessiert ist, hört zufällig dieses oder ein ähnliches Gespräch mit an. Wird sie anschließend noch in die Partei eintreten?

Das Gespräch ist mit einer Fülle von Ausreden versehen, was nicht zuletzt eines unterstreicht:

Mitgliederwerbung ist vor allem eine Frage der inneren Haltung!

Das Grundverständnis

**Was ist das Ganze in der Politik,
in Organisationen, in Unternehmen?**

Und wie lässt sich diese Formel auf die Mitgliederwerbung übertragen?

**Strukturerhalt
Umweltanpassung
Zielerreichung
Integration**

S Mitgliederwerbung dient dem Erhalt unserer Parteistruktur und unserer finanziellen Rahmenbedingungen.

U Mitgliederwerbung ist notwendig, weil wir allein aufgrund der demografischen Entwicklung stetig Mitglieder verlieren.

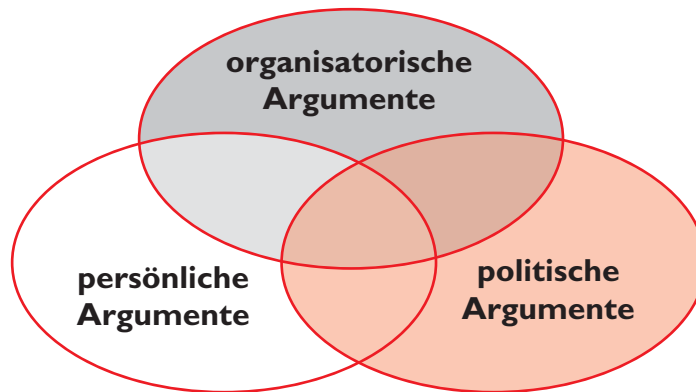
Z Mitgliederwerbung sichert unsere personelle Zukunft und garantiert unsere politische Leistungsfähigkeit, damit wir dauerhaft zur wichtigsten gestaltenden Kraft werden und unsere Ideen und Ideale verwirklichen können!

I Mitgliederwerbung hat Erfolg, wenn Ehrenamtliche und Hauptamtliche auf allen Ebenen ihre Bedeutung erkennen, ihr einen hohen Stellenwert einräumen und gemeinsam an ihrer Umsetzung arbeiten!

Gegenargumente

Was hindert uns auf den ersten Blick daran, Mitgliederwerbung zu betreiben?

„WIE SOLL ICH DAS DENN NOCH SCHAFFEN?“



„ICH TRAUE MICH DOCH SOWIESO SCHON KAUM, JEMANDEN ANZUSPRECHEN...“

„BEI DER POLITIK, DIE IM MOMENT GEMACHT WIRD? WEN KANN ICH DENN DA NOCH ÜBERZEUGEN?“

Handelt es sich dabei um unverrückbare Tatsachen? Nein!

„Wie soll ich das denn noch schaffen?“

- > **Mitgliederwerbung ist keine Einzelleistung.**
- > **Man kann neue Prioritäten setzen, eine veränderte Aufgabenteilung vornehmen und Verantwortliche benennen.**

„Ich traue mich doch sowieso schon kaum, jemanden anzusprechen...“

- > **Es finden sich immer Parteimitglieder, die diese Hemmschwelle nicht haben und/oder über persönliche Kontakte zu bestimmten Personen verfügen beziehungsweise Kontakte zu gewissen Zielgruppen herstellen können.**
- > **Es gibt lernbare Grundregeln der Gesprächsführung.**

„Bei der Politik, die im Moment gemacht wird?
Wen kann ich denn da noch überzeugen?“

- > **Das Erscheinungsbild der Partei vor Ort ist entscheidend**
- > **Wer Präsenz zeigt, verlässlich arbeitet, durch kreative Ideen überzeugt und Menschen mit einbindet, wird keine Probleme haben, neue Mitstreiter zu gewinnen („gute Politik zieht gute Leute an“)**

Argumentationshilfen

Grundsätze psychologischer Gesprächsführung

> Zuhören

> Wertschätzend argumentieren

„Gerade weil Sie Politik zuweilen mit einem sehr kritischen Auge betrachten, hätten wir Sie gerne in unseren Reihen. Wir sind eine Partei, die differenzierte Sichtweisen zulässt und einen regen Meinungsaustausch bevorzugt. Wie sonst soll man zu optimalen Lösungen für die komplexen Herausforderungen der Zukunft gelangen?“

„Einerseits ist Ihre Zurückhaltung nachvollziehbar, schließlich ist der Vertrauensverlust der politischen Parteien nicht hinweg zu diskutieren. Andererseits bietet Ihnen die aktive Mitarbeit in unserer Partei die Möglichkeit, eigene Maßstäbe zu setzen und Politik ein Stück besser zu machen.“

> Tabuworte und –sätze vermeiden

„Ja..., aber...; Sie haben Unrecht; das ist doch völlig falsch, was Sie da sagen; das stimmt doch gar nicht, wo haben Sie denn so etwas aufgeschnappt?“

Argumentationstechniken

Vier Techniken anhand des Beispiels:

„Die machen da oben doch eh, was sie wollen“

Konsequenz

Entkräftung durch Hinweise auf praktische/ theoretische Konsequenzen.

„Stellen Sie sich doch einmal vor, Politiker würden nicht selbstbestimmt und ihrer Überzeugung gemäß handeln. Dann würden überhaupt keine klaren Entscheidungen mehr getroffen.“

Positive Absicht

Was wird Positives bezweckt?

„Keine Bundesregierung macht Politik gegen ihre eigenen Wähler. Wenn Politiker etwas durchsetzen wollen, dann müssen sie manchmal einen eigenen Kopf beweisen und dürfen nicht immer die Meinungsmache der Medien befürchten.“

Kriterien-Hierarchie

Die Implikationen der Aussage werden durch ein übergeordnetes Kriterium relativiert.

„Was ist schädlicher: Politiker, die ihre Meinung vertreten oder ein System, dass sich voll und ganz den Interessen findiger Lobbyisten hingibt?“

Boomerang

Argument aufnehmen und so ins Gespräch kommen.

„Gerade deshalb rede ich mit Ihnen, um von Ihnen konkret zu erfahren, welche Ansprüche Sie an die Tagespolitik und deren Akteure stellen“

Grobe Aufgabenverteilung

Was haben Ortsvereine und Unterbezirke rund um die Themen Mitgliederwerbung und Mitgliederbetreuung zu beachten?

Zukünftig müssen insbesondere folgende Aufgabenfelder berücksichtigt werden:

- > die Benennung eines Mitgliederbeauftragten
- > die Definition von Sympathisanten verbunden mit der Anfertigung einer dazugehörigen Übersicht
- > die Bestimmung weiterer relevanter Zielgruppen
- > die Festlegung, wer im Einzelfall die persönliche Ansprache übernehmen soll
- > die Schaffung eines Eintritts- und Austrittsmanagements
- > die Organisation der Mitgliederbetreuung
- > die Absolvierung spezieller Weiterbildungsprogramme zur Mitgliederwerbung
- > die regelmäßige Durchführung eines Attraktivitätschecks der eigenen Gliederung
- > die Durchführung spezieller Projekte und Veranstaltungen (s. Anhang)

Was können die hauptamtlichen GeschäftsführerInnen leisten?

Neben der Koordinierung und organisatorischen Unterstützung von Projekten, Veranstaltungen und Terminen hat die Arbeit der Hauptamtlichen im Hinblick auf die Mitgliederwerbung vor allem den Schwerpunkt, die ehrenamtlichen Mitglieder dabei zu unterstützen, aktiv Mitgliederwerbung zu betreiben.

Die GeschäftsführerInnen in den UB- oder in den Regionalverbandsgeschäftsstellen werden regelmäßig über das Angebot an Grundsatzseminaren informiert und zur Teilnahme animiert.

Zu diesen Grundsatzseminaren gehören:

- > Seminar zur Mitgliederwerbung
- > Seminar zur Neumitgliederschulung
- > Seminar zur erfolgreichen Ortsvereinsarbeit

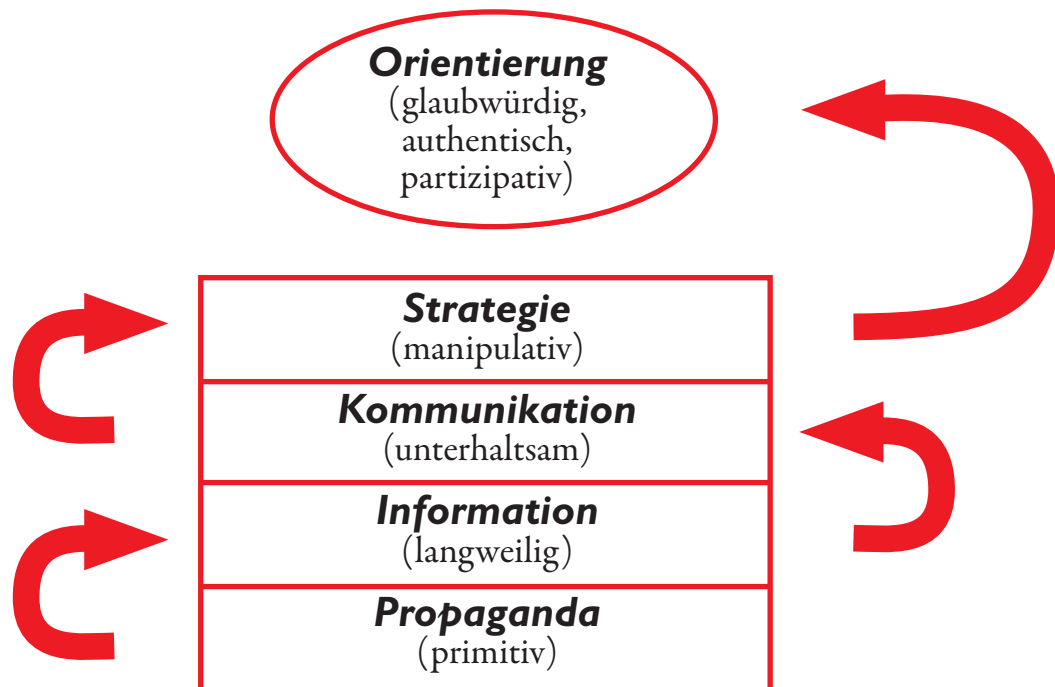
Die Rückmeldungen über die Seminare erfolgen in den Geschäftsführersitzungen auf Landesverbands- beziehungsweise Bezirksebene.

Besonderheiten im Wahlkampf

Grundregel:

Wahlkämpfe bieten ideale Rahmenbedingungen für die Mitgliederwerbung, weil die Parteigliederungen während dieser Zeit besonders aktiv sind und den Kontakt zur Bevölkerung suchen!

Was macht Wahlkämpfe aus und wie kann sich die Mitgliederwerbung dementsprechend ausrichten?



Erklärung:

Formen und Muster von Wahlkämpfen haben sich im Laufe der Zeit wie illustriert verändert. Das bedeutet nicht, dass die einzelnen Ebenen einander abgelöst haben, sie bauen vielmehr aufeinander auf. Wenn man Menschen heute danach fragt, was für sie einen guten Politiker ausmacht, dann erhält man zumeist Antworten wie „Glaubwürdigkeit“ oder „Authentizität“. In Ansehung der Herausforderungen unserer Zeit ist das nicht weiter verwunderlich. Die Schere zwischen Arm und Reich geht weiter auseinander, die aktuelle Finanzkrise droht die Grundfesten unseres Wirtschaftssystems zu erschüttern und Stichworte wie Bildungsmisere und Globalisierung verlangen nach ebenso stichhaltigen wie hoffnungserweckenden Antworten. Daraus lassen sich folgende Konsequenzen ziehen:

Politik muss in der Lage sein, einen Weg zu weisen und Orientierung zu geben.

Ein Wahlkampf, der diese für Wählerinnen und Wähler spürbare Orientierung vermittelt, hat demnach hohe Erfolgsaussichten.

Wenn Wählerinnen und Wähler Orientierung verlangen, dann müssen wir diese auch unseren potenziellen Mitgliedern bieten.

Besonderheiten im Wahlkampf

Fazit:

Mitgliederwerbung im Wahlkampf kann und muss mit dessen sinnstiftenden Elementen verknüpft werden. Die politische Sensibilisierung der Menschen ist zu Wahlkampfzeiten größer denn je, was die Ausgangslage komfortabel macht. Diese Chance wird von vielen Parteigliederungen immer noch viel zu selten erkannt, geschweige denn genutzt.

DER WAHLKAMPF BRAUCHT:	EINE MITGLIEDERWERBEKAMPAGNE IM WAHLKAMPF BIETET IM IDEALFALL:
Personen mit erkennbarem Profil	Personen, die der Partei ein Gesicht geben und die Vertrauen wecken („wenn DER/DIE Mitglied ist, dann muss ja etwas Gutes damit verbunden sein...“)
Gewinnerthemen	Themen, die mich ansprechen und für die ich mich gut und gerne engagiere
Emotionen	Anreize, die meine innere Leidenschaft entfachen, mich für meine Überzeugungen mit Herzblut einzusetzen
Wertediskussionen	Die verständliche Botschaft, dass der Eintritt in die SPD den Einstieg in eine Wertegemeinschaft bedeutet, die in ihrer Gesamtheit die Gesellschaft verändern kann („Sinn und Identität stiften, die über die reinen Sachthemen hinaus gehen“)

Weitere Tipps:

Spezielle Veranstaltungen (Anregungen s. Anhang)

Für klassische Kampagnenveranstaltungen immer eine sichtbare Anlaufstelle für Eintrittswillige bereit halten

Wahlkampfmaterialien (auch Plakate) mit einem prägnanten Hinweis auf die Eintrittsmöglichkeit

Individualisierte Mitgliederwerbematerialien für den eigenen OV oder UB erstellen, die mit den Wahlkampfmaterialien verteilt werden (Infos unter: Druckportal@spd.de)

Internet intensiv nutzen (z. B. Spot auf der eigenen Homepage)

Handreichungen

Möglicher Attraktivitätscheck im Vorfeld einer Mitgliederwerbekampagne:

- Haben wir ein gutes Image vor Ort? ✓
- Gibt es überzeugende Gründe, um bei uns mitzumachen? ✓
- Bieten wir interessante Qualifizierungsmöglichkeiten an? ✓
- Können wir Rat und Hilfestellung für neue Mitglieder garantieren? ✓
- Sind wir offen für neue Ideen? ✓
- Wie steht es um unsere Kultur der Anerkennung? ✓

Wen wollen wir haben?

Menschen, die:

- > offen sind für politische Ideale
- > sozialdemokratischen Werten gegenüber aufgeschlossen sind
- > bereits gesellschaftlich engagiert sind
- > Multiplikatoren sind
- > kommunikativ und konstruktiv sind
- > sozial verträglich und teamfähig sind
- > lern- und entwicklungsfähig sind
- > bereit sind, Arbeit zu übernehmen
- > eine engagierte Gemeinschaft suchen
- > sich trauen

Projektmanagement

Fünf Schritte zur Umsetzung einer Mitgliederwerbekampagne („Von der Idee zum greifbaren Projekt vor Ort“)

1. Haben wir Notwendigkeit und Zielsetzung plausibel und klar formuliert?
Sind diese Aspekte für die Verantwortlichen in den Parteigremien erkennbar?

NUTZEN

2. Wie binden wir möglichst viele Akteure in die Kampagne mit ein?
Müssen wir bestimmte Personen besonders berücksichtigen?

KOOPERATION

3. Welche Faktoren wirken motivierend und fördernd?
Gibt es spezielle Anreize?

MOTIVATION

4. Mit welchen Hindernissen müssen wir rechnen und wie gehen wir damit um?

WIDERSTAND

5. Was ist der erste konkrete Schritt, den wir gehen müssen?

HANDELN

Arbeitsmaterialien

Warum in die SPD eintreten?

- > **Du kämpfst engagiert für die richtige Sache, nämlich für die Sozialdemokratie.**
- > **Du stellst Dich mit Deinem Engagement auf die richtige Seite und vertrittst die Idee von Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität.**
- > **In der starken Solidargemeinschaft lernst Du viele Menschen, manchmal sogar Freunde kennen. Wir „duzen“ uns alle!**
- > **Die politische Arbeit in der SPD macht zufrieden! Dein Handeln bekommt einen Sinn! Du kannst stolz auf Deine Arbeit und die Geschichte „Deiner“ Partei, der SPD, sein!**
- > **Du kannst hinter die Kulissen blicken; Du kannst Politik erleben und gestalten. Die einjährige Gastmitgliedschaft eröffnet Dir die Chance, die SPD und Dein Engagement zu prüfen.**
- > **Die sozialdemokratische Idee hat viel bewirkt und Geschichte geschrieben. Du kannst Teil dieser Geschichte werden.**
- > **Feiere mit uns! Die SPD hat neben der politischen Arbeit auch eine tolle Festkultur!**
- > **Als SPD-Mitglied erhältst Du Hintergrundinformationen umfassender und direkter als die allgemeine Öffentlichkeit.**
- > **Du kannst Dich nach Deinen Interessen und Fähigkeiten engagieren, von **A** wie Atomausstieg bis **Z** wie Zeitgeschichte.**

Herzlichen Dank für die Zusammenstellung dieser Argumente an:

Karin Dobelmann, Anneli Fellinghauer, Christopher Fröb, Jan Haugg, Sven Heinemann, Julia Igelmann, Mathilde Kannenberg, Marianne Klotz, Eva Maier-Kimmig, Friederike Müller, Denis Radermacher, Klaus Reshöft, Bernd Röhl, Judy Sawallisch, Thomas Schapke, Andreas Timm, Klaus Tovar, Werner Treß, Benjamin Vogel, Thomas Wendt, Daniel Yehser und Jost Weber.

Zahlreiche „Zugaben“ bietet das SPD-Mitgliedernetz www.spd-online.de unter /Partei/Bildungsarbeit/ Pluspunkte und Zugaben.

Mitglieder gewinnen praktisch gemacht I

Was läuft gut? Welche Probleme ergeben sich? Was lernen wir?

Bei Bedarf auf der Rückseite fortsetzen. Danke.

Was wirkt sich positiv auf das Parteileben, die Politik des Ortsvereins, die Politik der Fraktion aus?

Was haben wir zu bieten? (kompetente Politik, freundliche Menschen, sinnvolles, aktives Gestalten...)

**Was wollen wir erreichen? Was tun wir, um das Ziel zu erreichen?
Was funktioniert, was nicht?**

**Was sollten wir bei uns verändern? Was sind wir bereit, wirklich zu ändern?
(Attraktivität, Rituale, Umgang miteinander ...)**

Was würde dem Ortsverein – jenseits materieller Dinge – gut tun?

Wo finden wir geeignete Mitglieder? Wen wollen wir bei uns haben? Wo finden wir sie?

Mitglieder gewinnen praktisch gemacht 2

Nimm Dir bitte Zeit für diese Aufgabe! Nimm Dir wirklich Zeit!

Welche Person kommt am ehesten in Frage?

Name: _____

Welche weiteren zwei Personen sind ansprechbar?

Name: _____

Welche drei Argumente für den Parteieintritt kannst Du nutzen?

Name / Argument: _____

Name / Argument: _____

Name / Argument: _____

Name / Argument: _____

Name / Argument: _____

Name / Argument: _____

Bitte auf der Rückseite fortsetzen. Danke.

Welches Mitmachangebot kannst Du jeder einzelnen Person unterbreiten?

Name / Mitmachangebot: _____

Name / Mitmachangebot: _____

Name / Mitmachangebot: _____

Name / Mitmachangebot: _____

Bitte auf der Rückseite fortsetzen. Danke.

Wann und bis wann sprichst Du mit der ersten Person?

Bis wann sprichst Du mit den beiden anderen Personen?

Name: _____

Termin: _____

Name: _____

Termin: _____

Wer kann Dich wie unterstützen?

.....
.....

Mitglieder gewinnen praktisch gemacht 3

Die Vereine neu entdecken!

- > Liste alle Vereine und Organisationen auf, die maßgeblich das gesellschaftliche Leben in Deinem Ort prägen.
- > Bestimme diejenigen Personen, die das Bild des jeweiligen Vereins in der Öffentlichkeit prägen (das muss nicht immer der/die Vorsitzende sein). Kläre, ob die SPD zu diesen Personen bereits Kontakt hat und wenn ja, durch wen.
- > Wähle den geeigneten Weg für die Kontaktaufnahme aus (Anruf, Brief, Hausbesuch, Besuch einer Veranstaltung des Vereins ...)
- > Lege fest, wer von der SPD auf die Personen in den Vereinen zugeht.

Verein / Organisation	Prägende Person	Kontakt: ja / nein	Weg für nächsten Kontakt	Verantwortlich

Bitte auf der Rückseite fortsetzen. Danke.

Auf die Menschen zugehen, fragen und zuhören!
Ran an die Menschen. Nicht zutexten, sondern zuhören.
Auf die Antworten gespannt sein!

„Was tun Sie genau?“

„Was ist das Schöne daran?“

„Mit welchen Problemen schlagen Sie sich herum?“

„Wie sehen Sie Ihre Zukunft?“

Schaffe Situationen, um auf die Menschen zugehen, fragen und zuhören zu können!

Bitte auf der Rückseite fortsetzen. Danke.

Wer kann Dich wie unterstützen?

„Wolln wa nich“ / „Mehr davon“

- Die Parteiokkupanten und Zeitfresser
- Die Winkelstrategen und Spezialtaktierer
- Die Selbstgewichtigen und Platzhirsche
- Die Rumsizzer und Quatscher
- Die Wichtigtuer und Selbstdarsteller
- Die Klugscheißer und Schnellsprecher
- Die Vielredner und Ablenker
- Die Dumm-Schweiger und Schlau-Glotzer
- Die Einflüsterer und Verunmöglicher
- Die Blockierer und Bremser
- Die Traamtänzer und Ewiggestrigen
- Die Ja-Aberer und Unterbedenkenträger
- Die Man-Müsste-Maler und Sollterer
- Die Egoanen.
- Die Ideenlosen und Abnicker
- + Die Ausdauernden und Stabilen
- + Die Altersweisen und Dynamischen
- + Die Fleißigen und Hungrigen
- + Die Mitmacher und Macher
- + Die Mutigen und Leidenschaftlichen
- + Die Guten und Besten
- + Die Anpacker und Beweger
- + Die Neugierigen und Ausprobierer
- + Die Optimisten und Zuversichtlichen
- + Die Träumer und Grenzenüberwinder
- + Die Wissensdurstigen und Kreativen
- + Die Mitfühlenden und Warmherzigen
- + Die Jeht-nich-jibts-Nicher
- + Die Zuverlässigen
- + Die Fröhlichen und Selbstbewussten
- + Die Könner und Mit-Könner
- + Die Motivierer und Mutmacher
- + Die Ästheten und Energiereichen

Aufbau Werbegespräch

- WAS?** ⇒ Aktiv auffordern zum Mitmachen in der SPD
„Bei uns in der SPD sind Sie richtig ...“
- WESHALB?** ⇒ Wertschätzung, individuelles Mitmachangebot
„Weil Sie ...“
- WARUM?** ⇒ Mitglied sein ist attraktiv
 (Kontakte, Geselligkeit, etwas erreichen ...)
„Das macht Sinn ...“
- WOZU?** ⇒ Politische Ziele der SPD allgemein und vor Ort
„Wir setzen uns ein für...“

Die umworbene Person reagiert so ...	Meine Entgegnungsmöglichkeit
A. Klares Nein	Danke. Auf Wiedersehen.
B. Zögerlich	Dranbleiben. Ein Wiedersehen vereinbaren.
C. Fragt nach zur Mitgliedschaft und zum Parteileben	Sachlich informieren. Keine Vorträge. Nicht schön-, nicht schlechtreden. Einladen, sich das mal gemeinsam anzuschauen. „Ich hol Sie gerne ab.“
D. Äußert sich interessiert / kritisch / differenziert zur Politik vor Ort	Wertschätzend argumentieren. „Gerade weil Sie so auf die Dinge blicken, hätten wir Sie gerne bei uns, um noch besser zu werden.“
E. Pauschale Kritik <i>z. B.: „Politik ändert doch eh nichts.“</i> a) Differenzierte Ausführungen b) Weiterhin Pauschalkritik	Zurück fragen. Und wertschätzend Argumentieren. <i>„Was macht Sie so unzufrieden mit der aktuellen Politik? Wir wüssten gerne von Ihnen, was besser werden müsste.“</i> Zurückgreifen auf B, C, D. Danke. Auf Wiedersehen.
F. Individuelle Vorbehalte <i>z. B.: „Ich weiß nicht, ob ich mich so fest verpflichten möchte.“</i>	↓ Zuhören schafft Vertrauen (zugewandte Körperhaltung) ↓ Aktiv Zuhören: Inhaltliche Botschaft spiegeln <i>z. B.: „Sie befürchten also für sich Nachteile als SPD-Mitglied? Meinen Sie das beruflich oder familiär?“</i> ↓ Den Kern herausfiltern <i>z. B.: „Wäre es nicht schade, in der Politik auf junge Berufstätige / familiär gebundene Menschen zu verzichten? Wer vertritt dann Ihre Interessen?“</i> ↓ Abschluss <i>„Mit Ihnen gewinnen wir persönlich und politisch hinzu. Gut, dass Sie die SPD stark machen.“</i>

Arbeitsblatt: Aufbau meines Werbegespräches

WAS?

⇒ Aktiv auffordern zum Mitmachen in der SPD

.....

.....

.....

.....

.....

WESHALB?

⇒ Wertschätzung, individuelles Mitmachangebot

.....

.....

.....

.....

.....

WARUM?

⇒ Mitglied sein ist attraktiv
(Kontakte, Geselligkeit, etwas erreichen ...)

.....

.....

.....

.....

.....

WOZU?

⇒ Politische Ziele der SPD allgemein und vor Ort

.....

.....

.....

.....

.....

Arbeitsblatt: Meine Entgegnungsmöglichkeiten

Die umworbene Person reagiert so ...	Meine Worte
A. Klares Nein	<p>.....</p> <p>.....</p>
B. Zögerlich	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
C. Fragt nach zur Mitgliedschaft und zum Parteileben	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
D. Äußert sich interessiert / kritisch / differenziert zur Politik vor Ort	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
E. Pauschale Kritik <i>Zum Beispiel:</i> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
F. Individuelle Vorbehalte <i>Zum Beispiel:</i> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

PLUSPUNKTE

IMPULSE FÜR POLITIK- UND POTENZIALENTWICKLUNG

Mitglieder werben praktisch gemacht: Handfeste Tipps von Stephan Leutloff aus Goslar

„Die Wahl zum OB und zum Landrat in Goslar haben wir gezielt genutzt. Auf unseren Listen hatten wir natürlich auch Kandidaten, die als Parteilose kandidiert haben. Diese Kandidaten haben wir eingebunden in die Wahlkampfarbeit. Am Wahlabend haben wir, Christian Leutloff, Klaus Scheller und ich, sie angesprochen, ob sie sich vorstellen könnten, weiter in unserer Partei politisch mit zu arbeiten. Dies ist uns bei einigen gelungen. Wir hatten zu unserer Wahlparty aber auch weitere uns bekannte Sympathisanten eingeladen. Am Ende des Abends konnten wir zwölf Neueintritte verbuchen. Bereinigt sind es leider nur zehn Eintritte, da zwei Personen wieder davon Abstand genommen haben. Am letzten Sonntag, der Stichwahl zum OB, konnten wir glücklicherweise noch drei Neueintritte vermelden. Das soll nicht heißen, dass wir nur an diesen Tagen neue Mitglieder werben. Wir sprechen permanent mit potenziellen Neumitgliedern.“

Was ist noch wichtig?

1. Immer Beitrittserklärungen dabei haben.

Im Falle eines Falles reicht auch ein Blatt Papier oder sogar ein Bierdeckel, auf dem das neue Mitglied mit Namen, Anschrift und Datum den Satz unterschreibt:

„Hiermit erkläre ich meinen Beitritt zur SPD. Mein monatlicher Beitrag sei XY Euro.“
Den Bierdeckel an die SPD-Geschäftsstelle senden. Alles Weitere nimmt dann seinen geordneten Lauf. ☺

2. Sicher im Abschluss sein. Wenn Interesse besteht, dann gleich ausfüllen und unterschreiben lassen.

3. Personen überzeugen. Nicht überreden, nicht drängen. Ein persönliches Argument wirkt am besten.

4. Ehrlichkeit. Nur das versprechen, was du halten kannst.

5. Beharrlichkeit. (Nicht zu verwechseln mit Penetranz.) Manchmal erfordert es etwas Geduld. Entscheidungen brauchen ihre Zeit. Gönn sie der umworbenen Person, aber bleibe am Ball.

6. Persönliche Ansprache. Potenzielle Neumitglieder immer wieder persönlich zu Veranstaltungen und Parteisitzungen einladen.

7. Potenziale nutzen. Es ist genügend Potenzial an Neumitgliedern vorhanden. Sie wollen angesprochen werden.

Alle „Pluspunkte“ im Bildungswiki der Parteischnle im Willy-Brandt-Haus: <http://parteischnle-wiki.spd.de>.

Anhang

Projektskizze „Neumitgliederkonvent“

Neue Mitglieder und ihre Erwartungen kennen lernen

Zielsetzung

- > Die SPD (z.B. auf UB-, Bezirks- oder Landesebene) organisiert für alle Mitglieder, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums eingetreten sind, eine große Veranstaltung mit einem abwechslungsreichen Rahmenprogramm.
- > Diese Veranstaltung hat zum Ziel, die Erwartungen der Neumitglieder an die SPD kennen zu lernen. Zugleich erhalten diese einen Überblick über die Geschichte und über Mitwirkungsmöglichkeiten in der SPD.
- > Die neuen Mitglieder haben Gelegenheit, ihre Möglichkeiten einer themenorientierten Mitarbeit auszuloten (z.B. in den Arbeitsgemeinschaften).
- > Sie können sich mit anderen über ihre ersten Erfahrungen austauschen.
- > Sie kommen mit ihren Abgeordneten aus dem Bundes- und/oder Landtag ins Gespräch.

Mögliche Programmpunkte

- > Eröffnungsrede des/der Landesvorsitzenden
- > Kurzfilm „150 Jahre SPD“
- > Talkrunde mit neuen SPD-Mitgliedern auf der Bühne
- > „Erwartungen, Erfahrungen, Themen“ (World Café: Austausch an kleinen Thementischen mit wechselnder Besetzung; Fazitrunde auf der Bühne)
- > Gewinnspielverlosung (um Plätze für Reisen zum Bundestag und zum Europäischen Parlament)
- > Musikprogramm und kleines Catering

Nähere Informationen:
SPD-Landesverband Schleswig-Holstein
christian.kroening@spd.de

Zurück an:
(Adresse UB)

Absender:
(Adresse)



FRAGEBOGEN FÜR NEUE PARTEIMITGLIEDER

Liebe Genossin, lieber Genosse,

mit dem folgenden Fragebogen möchten wir etwas über Dich als neues Mitglied erfahren, damit wir wissen, welche Angebote Dich besonders interessieren und auf welche Deiner Fähigkeiten wir als Partei zurückgreifen können. Wir bitten Dich daher, Dir einige Minuten Zeit zu nehmen und den Fragebogen an den Unterbezirk (Anschrift Seite 4 des Fragebogens) zurückzusenden.

Ich möchte mich aktiv in die Parteiarbeit einbringen. ☐

Ich möchte regelmäßig über Aktivitäten in meiner Nähe informiert werden. ☐

Ich helfe gern bei Veranstaltungen und Aktionen, z.B. im Wahlkampf. ☐

Ich möchte nur meinen Beitrag bezahlen und die SPD ideell unterstützen. ☐

WEITERE ANREGUNGEN UND INFORMATIONEN:

ICH ENGAGIERE MICH GESELLSCHAFTLICH NICHT NUR IN DER SPD, SONDERN AUCH IN VERSCHIEDENEN VEREINEN, VERBÄNDEN, INITIATIVEN ODER RELIGIONSGEMEINSCHAFTEN, Z.B.

Wohlfahrtsverband ☐ Ehrenamtliche Richtertätigkeit ☐

Umweltorganisation ☐ In der Elternarbeit ☐

Sportverein ☐ In einer Bürgerinitiative ☐

Gewerkschaft ☐ In einer Kirche/Religionsgemeinschaft ☐

Berufsverband ☐ Kultureller Verband ☐

ÜBER NÄHERE ANGABEN ZU FUNKTIONEN IN VEREINEN, VERBÄNDEN, INITIATIVEN ETC.
FREUEN WIR UNS!

ICH INTERESSIERE MICH FÜR DIE MITARBEIT IN DEN FOLGENDEN ARBEITSGEMEINSCHAFTEN UND PROJEKTEN DER SPD:

(NICHT IN ALLEN GLIEDERUNGEN SIND ALLE ARBEITSGEMEINSCHAFTEN VERTRETEN.)

- | | | | |
|--|--------------------------|---|--------------------------|
| Jusos Jugendorganisation der SPD | <input type="checkbox"/> | ASJ Arbeitsgemeinschaft sozialdemokratischer Juristinnen und Juristen | <input type="checkbox"/> |
| SPD 60 plus Arbeitsgemeinschaft der Seniorinnen und Senioren in der SPD | <input type="checkbox"/> | AG SCHWUSOS Arbeitsgemeinschaft Lesben und Schwule in der SPD | <input type="checkbox"/> |
| ASF Arbeitsgemeinschaft sozialdemokratischer Frauen | <input type="checkbox"/> | AG Selbst Aktiv Arbeitsgemeinschaft behinderte Menschen in der SPD | <input type="checkbox"/> |
| AfA Arbeitsgemeinschaft für Arbeitnehmerfragen | <input type="checkbox"/> | AG Integration und Migration | <input type="checkbox"/> |
| AGS Arbeitsgemeinschaft Selbständiger in der SPD | <input type="checkbox"/> | Juso-Hochschulgruppen | <input type="checkbox"/> |
| AfB Arbeitsgemeinschaft für Bildung in der SPD | <input type="checkbox"/> | Juso-SchülerInnengruppen | <input type="checkbox"/> |
| ASG Arbeitsgemeinschaft Sozialdemokratinnen und Sozialdemokraten im Gesundheitswesen | <input type="checkbox"/> | SGK Sozialdemokratische Gemeinschaft für Kommunalpolitik e.V. | <input type="checkbox"/> |
| Themenforum Verbraucherschutz (nur Bundesebene) | <input type="checkbox"/> | | |

ICH HABE FOLGENDE HOBBYS, KENNTNISSE, FÄHIGKEITEN, DIE FÜR DIE SPD INTERESSANT SEIN KÖNNTEN UND DIE ICH BEI BEDARF GERN IN DIE PARTEIARBEIT EINBRINGE

- | | | | |
|--|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| Journalistische Fähigkeiten | <input type="checkbox"/> | Kochen, Backen, u.ä. | <input type="checkbox"/> |
| Fotografieren / Videoaufnahmen | <input type="checkbox"/> | Sportliche Begabungen | <input type="checkbox"/> |
| Erstellung von Internetseiten | <input type="checkbox"/> | Malen und Zeichnen | <input type="checkbox"/> |
| Singen / Instrumente spielen
Basteln, Heimwerken u.ä. | <input type="checkbox"/> | Mit dem Auto Fahrten übernehmen | <input type="checkbox"/> |

NÄHERE ANGABEN:

ICH INTERESSIERE MICH BESONDERS FÜR DIE FOLGENDEN POLITISCHEN THEMEN UND HABE INTERESSE AN VERANSTALTUNGEN DAZU:

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| Europapolitik | <input type="checkbox"/> | Sozial- und Gesundheitspolitik | <input type="checkbox"/> |
| Bundespolitik | <input type="checkbox"/> | Bildungspolitik | <input type="checkbox"/> |
| Landespolitik | <input type="checkbox"/> | Innen- / Rechtspolitik | <input type="checkbox"/> |
| Kommunalpolitik | <input type="checkbox"/> | Familienpolitik | <input type="checkbox"/> |
| Außen-/Sicherheitspolitik | <input type="checkbox"/> | Sportpolitik | <input type="checkbox"/> |

ICH MÖCHTE KEIN EXEMPLAR DER MITGLIEDERZEITUNG VORWÄRTS GESCHICKT BEKOMMEN, DA DIESE IN MEINEM HAUSHALT BEREITS VORHANDEN IST.

☐

MEINE FREUNDE UND VERWANDTE SIND AUCH AN DER SPD INTERESSIERT. BITTE SCHICKT INFORMATIONSMATERIAL UND EINE BEITRITTSERKLÄRUNG AN:

ICH BIN FÜR DIE SPD ZU ERREICHEN UNTER:

Telefon _____ Mobiltelefon _____

Aktuelle Informationen per E-Mail _____

SPD-Neumitgliederpaket

Mit diesem Neumitgliederpaket wird jedes neue Mitglied begrüßt. Das Paket bietet Informationen zur aktuellen Politik, zur Programmatik und zur Geschichte der SPD.



Inhalte

- Begrüßungsschreiben Sigmar Gabriel mit aufgespender SPD-Card
- Fragebogen für neue Parteimitglieder
- Postkarte Neumitglieder „Infos auf einen Blick!“
- 3 Beitrittserklärungen (Mitglied, Gastmitglied, Unterstützer)
- 2 Mitmach-Postkarten (jeweils 1 Karte mit Du- und SIE-Anrede)
- Kurzfassung Grundsatzprogramm
- 7 Karten Mitmach-Schecks
- Flyer Gute Arbeit
- Karte zum Bürger-Dialog
- Aktuelles Informations- und Kampagnenmaterial

Die Postkarte Neumitglieder



NEUMITGLIEDER
INFOS AUF EINEN BLICK:
www.spd.de

Für neue Mitglieder haben wir einen Informationsbereich in unserem Internetangebot eingerichtet. Hier findest Du Informationen über die Arbeitsgemeinschaften der SPD, befreundete Organisationen, Serviceangebote der SPD und von Partnern, Kontaktdaten zu den SPD-Landesverbänden und -Bezirken sowie einen kurzen Einblick in die Geschichte der SPD mit historischen Bildern.

Gehe dazu unter www.spd.de in den Bereich Partei, Organisation und klicke dort den Button

NEUMITGLIEDER
INFOS AUF EINEN BLICK

oder direkt unter www.neumitglied.spd.de

Falls Du weitere Fragen hast, wende Dich bitte an Deine örtliche SPD-Geschäftsstelle oder melde Dich beim SPD-Parteivorstand, Referat Mitgliederwerbung: Tel.: (030) 25991-249.

Nr.2: Neumitglieder

(Stand August 2012)

Liebe Genossinnen, liebe Genossen,

Der Rote Faden „Neumitglieder“ beantwortet die wichtigsten Fragen rund um das Thema Neumitglieder: Wie binden wir neue Mitglieder am besten ein? Wie schaffen wir es, dass sich Neue wohl fühlen und dabei bleiben? Wie können wir die Erwartungen von Neumitgliedern erfüllen?

Die Reihe **Der Rote Faden** stellt in regelmäßigen Abständen verschiedene Arbeitshilfen für die praktische Parteiarbeit vor Ort zusammen. (z.B. Jubilarehrungen, Jahreshauptversammlung usw.) **Der Rote Faden** wird fortlaufend aktualisiert und ergänzt. Über Hinweise zu verschiedenen Themen und Fragestellungen freuen wir uns!

Inhaltsverzeichnis:

I.	Willkommen in der SPD	Seite 2
II.	Zügige Aufnahme	Seite 2
III.	Gute Betreuung von Anfang an	Seite 3
	<ul style="list-style-type: none">- Schnelle Kontaktaufnahme- Einladung zur ersten Mitgliederversammlung- Übergabe Parteibuch- Mentoren und Paten- Mitgliederbeauftragte- Neumitgliedertreffen und –seminare- Parlamentsbesuche- Politische Events- Beteiligung	
IV.	Checkliste und Standards	Seite 7
V.	Ansprechpartner	Seite 7

I. Willkommen in der SPD

Neue Mitglieder haben verschiedenste Erwartungen an uns, sie wollen sich aktiv beteiligen und mitmachen oder die SPD nur finanziell unterstützen. Ein wesentlicher Punkt der erfolgreichen und nachhaltigen Mitgliederwerbung ist eine echte Willkommenskultur. Eine Willkommenskultur, die dafür sorgt, dass neue Mitglieder gut ankommen und aufgenommen werden.

Alle bisherigen Erkenntnisse und Erfahrungen zeigen eines ganz deutlich:

Der Anteil der Austritte ist in den ersten Jahren der Mitgliedschaft in der SPD überproportional hoch.

Das bedeutet:

- Wir müssen bereit sein für die Einbindung neuer Mitglieder.
- Wir müssen aufgeschlossen und offen sein für neue Menschen und Ideen.
- Die Betreuung muss sich an den (sehr verschiedenen) Erwartungen der Neumitglieder ausrichten.

Die Erfahrungen und Berichte von Neumitgliedern zeigen: Wir müssen noch einiges verbessern. Die Gründe dafür sind vielfältig und nicht alle lassen sich abstellen. Aber die Wertschätzung, Integration und Beteiligung neuer bzw. zugezogener Mitglieder am politischen Leben lassen sich auf allen Ebenen der Parteiarbeit verbessern.

Dieser **Rote Faden** stellt die wichtigsten Tipps für eine gelungene Neumitgliederbetreuung zusammen.

Die meisten Punkte gelten auch für die Einbindung neu hinzugezogener Mitglieder, denn auch durch Umzug gehen uns zu viele Mitglieder verloren.

II. Zügige Aufnahme

Ob über das Internet oder auf dem Postweg - in jedem Fall landet das Beitrittsformular im zuständigen Parteibüro des Unterbezirkes/ Kreisverbandes oder in den jeweiligen Servicestellen.

Von dort wird der Ortsverein informiert und die Aufnahme in die SPD über den Ortsverein organisiert. Nach spätestens 4 Wochen ist die Aufnahme per Satzungsvorgabe verbindlich. Im Unterbezirksbüro oder der jeweiligen Servicestelle finden die Daten Eingang in die zentrale Mitgliederadressverwaltung (MAVIS II). Der Ortsverein erhält über die MAVIS per Mail einen Hinweis über die Aufnahme des neuen Mitglieds bzw. über zugezogene Mitglieder.

Vom Parteivorstand erhalten alle neuen Mitglieder einmal im Folgemonat ihres Eintritts das **Neumitgliederpaket** an ihre Postadresse zugestellt.

Darin ist enthalten:

- ✓ Personalisiertes Begrüßungsschreiben des Parteivorsitzenden mit SPD-Card
- ✓ (nur Jusos) allgemeines Begrüßungsschreiben der Jusos
- ✓ Kurzfassung Grundsatzprogramm
- ✓ Broschüre „Machen sie sich ein Bild von uns“
- ✓ Neumitgliederscheckheft
- ✓ Mitgliederwerbeflyer
- ✓ Neumitgliederpostkarte mit dem Hinweis auf das Portal neumitglied.spd.de
- ✓ Fragebogen für Neumitglieder – Rücksendung an UB
- ✓ Aktuelles Informations- und Kampagnen-Material
- ✓ ein Kugelschreiber

Wenn Probleme mit den Kontaktdaten bestehen, wendet Euch am besten an das jeweilige Unterbezirks-/Kreisverbandsbüro oder die zuständige Servicestelle.

III. Gute Betreuung von Anfang an

■ **Schnelle Kontaktaufnahme**

Der Eintritt in eine Partei erfolgt meist nach reiflicher Überlegung. Nach dem Eintritt erwartet das neue Mitglied zu Recht eine Reaktion von der Partei. Neben dem bereits erwähnten Neumitgliederpaket vom Parteivorstand ist es wichtig, dass sich die Gliederung vor Ort schnell mit einem persönlichen Brief, einer E-Mail oder auch telefonisch beim Neumitglied meldet. Neben der Begrüßung bietet sich hier eine gute Gelegenheit, die Gliederung und den Vorstand vorzustellen, Namen und Telefonnummern anzugeben, zur nächsten Sitzung einzuladen und auf interessante Veranstaltungen/Aktionen hinzuweisen. Auch zugezogenen Mitgliedern wird durch eine persönliche Begrüßung der Einstieg erleichtert. **Wichtig ist natürlich auch, das Neumitglied/das zugezogene Mitglied in den Informationsverteiler aufzunehmen und Newsletter etc. zuzuschicken.**

■ **Übergabe des Parteibuches**

Das Parteibuch wird vor Ort ausgefüllt und durch die örtliche Ebene – **unmittelbar nach Aufnahme** - an das neue Mitglied überreicht. Idealerweise wird das Parteibuch an das neue Mitglied im Rahmen der Begrüßung bei der

Mitgliederversammlung oder bei einem persönlichen Treffen durch die bzw. den Ortsvereinsvorsitzende/n übergeben.

Parteibücher werden vom Landesverband/ Kreisverband/Unterbezirk an die Gliederungen herausgegeben. Zu bestellen sind sie beim SPD-Shop unter www.SPD-Shop.de oder per E-Mail: vertrieb@spd.de.

■ **Einladung zur ersten Mitgliederversammlung**

Die erste Mitgliederversammlung ist für das Neumitglied etwas Besonderes. Eine gesonderte und persönliche Einladung hierzu sowie die direkte Begrüßung und Ansprache nehmen evtl. vorhandene Schwellenangst und bindet von Anfang an.

■ **Mentoren und Paten**

Viele der neuen Mitglieder finden sich im Gestrüpp des parteipolitischen Alltages nicht sofort zurecht. Begriffe sind neu und unbekannt, Entscheidungswege unklar und Personen nicht zuzuordnen. **Mentoren oder Paten** können da sehr hilfreich sein. Nutzt das Wissen und spricht erfahrene Parteimitglieder darauf an. Nicht jede/r möchte noch Plakate kleben, Veranstaltungen organisieren etc, – einem neuen Mitglied Tipps zu geben, ist aber für viele möglich.

■ **Mitgliederbeauftragte**

Besonders wirkungsvoll ist es, wenn ein neues Mitglied eine/n persönliche/n Ansprechpartner/in hat, die/der auch zu Versammlungen des Ortsvereins einlädt und Kontakte zu anderen Parteimitgliedern herstellt. Benennt hierfür eine/n **Mitgliederbeauftragte/n**, die/der sich um den Erstkontakt kümmert und auch während der ersten Sitzungen für Fragen ansprechbar ist. Der Kontakt über die/den Beauftragte/n bietet gute Möglichkeiten, besondere Interessen und Fähigkeiten des Neumitgliedes herauszufinden. So kann das Neumitglied für geeignete Projekte/Aktionen angesprochen werden, was wiederum die Integration fördert. Welche Aufgaben Mitgliederbeauftragte auf den verschiedenen Ebenen genau haben, ist in den „Grundsätzen zur Arbeit von Mitgliederbeauftragten“ beschrieben.

■ **Neumitgliedertreffen**

Ladet alle neuen Mitglieder regelmäßig zu Neumitgliedertreffen ein. Die in Frage kommenden Veranstaltungsformen sind vielfältig:

- Ein Stammtisch mit interessanten Gästen aus der örtlichen Partei
- Informationsveranstaltung über Geschichte, Aufbau und Arbeitsweise der SPD
- Diskussionsrunde über inhaltliche Positionen und aktuelle Politik
- Erfahrungsaustausch über Erlebnisse und Erwartungen der Neumitglieder
- Neumitgliederfrühstück/-brunch
- Besuch im Rathaus, Gespräch mit (Ober-)Bürgermeister/in
- Besichtigung des Landtages

Die Teilnehmenden bekommen vermittelt, dass die politische Arbeit in der SPD Spaß macht und politische Ziele verwirklicht werden können. Sie lernen die Partei kennen und erfahren, wie und wo sie sich einbringen können. Am Ende sehen die TN sich in ihrer Entscheidung bestärkt, Mitglied der SPD geworden zu sein. Alle sind motiviert, sich im Rahmen ihrer Möglichkeiten in die Parteiarbeit einzubringen. Die örtliche SPD hat ihre neuen Mitglieder genauer kennen gelernt und persönliche Kontakte geknüpft.

■ Neumitgliederseminare

Führt mindestens einmal im Jahr ein Seminar für neue und zugezogene Mitglieder durch. Nutzt dabei die Erfahrungen anderer Gliederungen und spricht Kooperationen ab. Neumitgliederseminare können auf Landesverbands- aber auch auf Unterbezirksebene organisiert werden. Eingeladen werden sollten neue Mitglieder der SPD, die das Ziel haben, sich aktiv in politische Meinungsbildungsprozesse im Ortsverein / in Arbeitsgemeinschaften einzubringen.

Ein Neumitgliederseminar könnte so aufgebaut sein:

10:00 Uhr	Begrüßung; Kennenlernen; Vorstellung Programmablauf
11:00 Uhr	Warum bin ich SPD-Mitglied geworden? <i>Kartenabfrage</i>
12:00 Uhr	<i>Mittagspause</i>
13.00 Uhr	Mit Geschichte in die Zukunft. 150 Jahre SPD. <i>Quiz</i>
14:00 Uhr	Freiheit – Gleichheit – Solidarität. Unsere Grundwerte. Film und Textarbeit
15:30 Uhr	<i>Kaffeepause</i>
16:00 Uhr	Mitdenken, mitreden, mitgestalten. Die Organisation der SPD. <i>Vortrag</i>
16:45 Uhr	Parcoursgespräche (beispielsweise) mit <ul style="list-style-type: none"> • Vorsitzenden der Arbeitsgemeinschaften • Fraktionsmitgliedern • Abgeordnete in Land- und Bundestag
17:45 Uhr	Seminarkritik
18:00 Uhr	<i>Seminarende</i>

Weitere Seminarbausteine, passende Texte und Musterpräsentationen sowie Methoden-Anleitungen findet Ihr im internen Bereich von spd.de oder bekommt Ihr auf Anfrage beim Referat Mitgliederwerbung.

■ **Parlamentsbesuche**

Abgeordnete aus Europaparlament, Bundestag und Landtag können Interessierte zum Besuch des Parlamentes einladen. Nutzt dies und spricht die Neumitglieder darauf an.

■ **Politische Events:**

Nutzt Parteitage und größere Veranstaltungen, um gezielt Neumitglieder einzuladen. Bestimmt ein kleines Team, welches den neuen Mitgliedern den Einblick hinter die Kulissen organisiert und Zusammenhänge der inhaltlichen Beratung erklärt.

■ **Beteiligung:**

Bietet Möglichkeiten zum Mitmachen an. Kaum eine/r die/der zur SPD kommt, möchte sofort „den Laden“ übernehmen. Aber viele kommen, um sich einzubringen, mitzugestalten und Verantwortung zu übernehmen. Bedenkt das bei Eurer Planung. Fragt bei Neumitgliedertreffen gezielt Stärken und Interessen ab und schafft Möglichkeiten der Beteiligung. Projektbezogenes Arbeiten bietet interessante Aufgabenfelder.

Wichtig ist jedoch, dass Neumitglieder, die nur passiv dabei sein wollen, nicht „genervt“ werden. Deshalb ist es wichtig, beim ersten Kontakt die Motivation des Eintrittes zu erfahren, damit die Betreuung den Wünschen und Erwartungen des einzelnen Mitglieds auch wirklich entspricht.

IV. **Checkliste für eine gelungene Aufnahme**

Mindeststandards bei Mitgliederveränderungen,
vereinbart von den Mitgliederbeauftragten der SPD am 9. Juni 2010:
Leitbild: schnelle, persönliche und individuelle Begrüßung und Einbindung

1. Eintritt/Wiedereintritt (nach mehr als 1 Jahr)

Weiterleitung Eintrittserklärung an Bez/UB/OV:	sofort
Aufnahme in MAVIS II:	sofort
Info-Mail über Aufnahmeverfahren (MAVIS II):	1 Woche
Aufnahme durch OV: (Statut)	spätestens 4 Wochen
Persönliche Begrüßung (Besuch/Anruf):	3 Wochen
Aufnahme sämtliche Verteiler:	4 Wochen
Versand Begrüßungspaket durch PV	6 Wochen
Einladung zur 1. Mitgliederversammlung oder andere Aktivität:	6 Wochen
Übergabe Parteibuch(Sitzung/Besuch):	6 Wochen
Einladung Veranstaltungen OV/UB/LV/BZ:	8 Wochen
Neumitgliederveranstaltung:	innerhalb des 1. Quartals
Neumitgliederseminar:	innerhalb des 1. Halbjahres

2. Umzug

Umzugsmeldung	sofort
Weiterleitung an Bez/UB/OV	sofort
Eintrag in Mavis	1 – 2 Tage
Weiterleitung an neuen OV	innerhalb von 4 Wochen
persönliche Begrüßung (Besuch/Anruf)	1 Woche
Aufnahme in sämtliche Verteiler	
Einladung zur Mitgliederversammlung u. sonstigen Veranstaltungen des OV/UB etc.	2 Wochen

V. **Ansprechpartner**

SPD Parteivorstand
Willy-Brandt-Haus
Abteilung I Parteileben
Referat Mitgliederwerbung
10963 Berlin
Tel.: 030 25991 249
E-Mail: mitgliederwerbung@spd.de

Nr.3: Mitgliederwerbung im Wahlkampf

Stand: Oktober 2012

Liebe Genossinnen, liebe Genossen,

Wahlkampfzeiten können der Mitgliederwerbung einen echten Schub geben. Die Menschen sind politisch sensibilisierter und die Partei ist aktiv und präsent. Hier bieten sich gute Gelegenheiten, Menschen direkt auf eine Mitgliedschaft in der SPD anzusprechen. Erfolgreiche Mitgliederwerbung beschäftigt sich aber nicht nur mit Werbemethoden, sondern bedenkt auch notwendige Voraussetzungen um Neumitglieder erfolgreich in die Kampagne einzubinden. Dieser **Rote Faden** gibt Anregungen und Tipps, wie im Wahlkampf die Chancen zur erfolgreichen Mitgliederwerbung genutzt werden können.

Die Reihe **Der Rote Faden** stellt in regelmäßigen Abständen verschiedene Arbeitshilfen zu unterschiedlichen Themen (z.B. Jubilarehrungen, Jahreshauptversammlung usw.) für die praktische Parteiarbeit vor Ort zusammen. **Der Rote Faden** wird fortlaufend aktualisiert und ergänzt. Über Hinweise zu verschiedenen Themen und Fragestellungen freuen wir uns!

Inhaltsverzeichnis:

Wahlkampf und Mitgliederwerbung gehören zusammen	Seite 2
Einige Zahlen zur Mitgliederentwicklung	Seite 2
Die wesentlichen Elemente der Mitgliederwerbung	Seite 3
Wahlkampfaktionen	Seite 5
Materialien und Logos /SPD-Shop	Seite 7
Tipps zur Neumitgliederbetreuung	Seite 9
Workshops und Kampagnen	Seite 9
Ansprechpartner	Seite 9

1. Wahlkampf und Mitgliederwerbung gehören zusammen

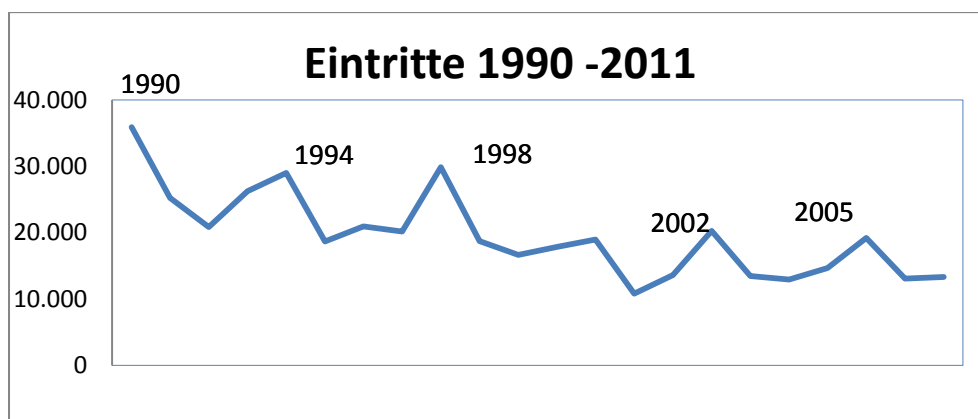
Wahlkämpfe bieten ideale Voraussetzungen für die Mitgliederwerbung: Die Bürgerinnen und Bürger sind stärker politisiert, sie wollen sich ihre politische Meinung bilden, sie verfolgen die politische Debatte, beteiligen sich daran und sie vergleichen die politischen Angebote der Parteien sehr genau. Im Gegenzug sind Parteien in Wahlkampfzeiten aktiver und deutlich sichtbarer, mit Personen, Themen und Botschaften, mit denen sie die Menschen überzeugen wollen. Wahlkämpfe bieten durch die größere Mobilisierung mehr Anknüpfungspunkte, mehr Gelegenheiten zu Kontakten und Austausch zwischen BürgerInnen und Parteien. Und genau hier liegt die Chance für die Mitgliederwerbung. Unsere WahlkämpferInnen können die Scheu vor aktiver Mitgliederwerbung überwinden und erkennen, dass erfolgreicher Wahlkampf und aktive Mitgliederwerbung zusammen passen. Denn Menschen, die mit uns sympathisieren und uns nahe stehen, lassen sich am ehesten im persönlichen Gespräch und mit überzeugenden Themen und Personen zum Mitmachen und zum Eintritt bewegen.

Erfolgreiche Mitgliederwerbung im Wahlkampf bedeutet:

- Wir motivieren unsere WahlkämpferInnen aktiv Mitglieder zu werben.
- Alle Materialien, Kampagnen und Aktionen werden zur Mitgliederwerbung genutzt.
- Neumitglieder sind herzlich willkommen und jede und jeder findet ein passendes Beteiligungsangebot.

Einige Zahlen zur Mitgliederentwicklung

Auch die Mitgliederstatistiken zeigen: Wahlkampfzeit ist Neumitgliederzeit! In Jahren, in denen Bundeswahlen stattfinden, sind die Eintrittszahlen mit Abstand am höchsten und auch Landtagswahlen und Kommunalwahlen beeinflussen die Eintrittszahlen im positiven Sinne. Im Jahr der Bundestagswahl 2009 hatten wir 30 % mehr Eintritte als im Vorjahr und um 20 % verringerte Austritte.



Die Grafik verdeutlicht sehr gut das Mobilisierungspotenzial von Mitgliedern im Wahlkampf. Im Jahr 2004 traten 13.615 Menschen in die SPD ein. 2005, im Jahr der Bundestagswahl, waren es 20.269. Das ist eine Steigerung um 48,87%. Im Jahr 2009 kamen 19.180 Neumitglieder zu uns, 2010 waren es dagegen nur 12.439.

Wahlkämpfe haben ein großes Potenzial für die Mitgliederwerbung, das wir bei jeder Wahl nutzen sollten!

Die wesentlichen Elemente der Mitgliederwerbung

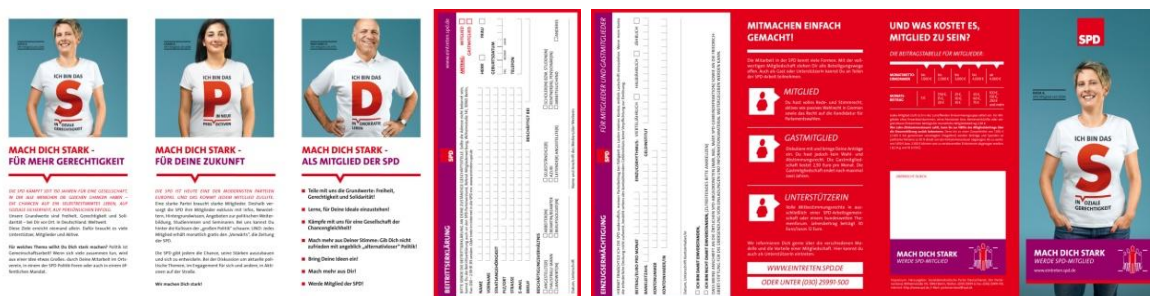
Die Mitgliederwerbung muss bei allen Wahlkampfaktionen mitgedacht werden:

■ Schulung

Die WahlkämpferInnen werden über die Chancen, Methoden und Voraussetzungen zur erfolgreichen Mitgliederwerbung informiert. Über geeignete Instrumente (z.B. Wettbewerb und Wertschätzung) werden sie zur Mitgliederwerbung motiviert.

■ Material

Ganz klar: Beitrittsformulare müssen immer in der Tasche dabei sein! Und natürlich müssen Beitrittsformulare und Werbeflyer bei jeder Veranstaltung, an jedem Infostand ausliegen. Sei es die Klappkarte mit Eintrittsformular für bereits Entschiedene oder der informative Flyer für Interessierte, die noch überzeugt werden wollen.



Der Hinweis auf die Mitgliedschaft in der SPD und die Möglichkeit des Eintritts muss auf **allen** Materialien, (Kandidaten)Flyern, Plakaten etc. deutlich sichtbar sein. Überall muss auf die Online-Eintrittsmöglichkeit www.eintreten.spd.de hingewiesen werden. Verwendet dazu am besten das Logo, welches Ihr in „Mein Bereich“ auf spd.de sowohl für Druckerzeugnisse als auch für die Online-Anwendung herunterladen könnt.



Ein einfaches und intensives Instrument zur Mitgliederwerbung ist die **Pledge-Card**, eine kleine Karte in EC-Kartenform, Vorderseite mit Mitgliederservice-Telefonnummer, E-Mail- und Internet-Adresse, auf der Rückseite stehen 10 Gründe SPD zu wählen.

Über das **Druckportal** (Hinweise im internen Bereich auf www.spd.de) könnt ihr regionalisierte Werbematerialien mit eigenen Kontaktdaten erstellen.

Das **Handbuch „Mitgliederarbeit“** kann im SPD-Shop bestellt werden oder als **navigierbare PDF-Datei** unter www.spd.de „Mein Bereich“, Mitgliederservice/Arbeitshilfen heruntergeladen werden.



■ **Persönliche Gespräche:**

Das persönliche Gespräch mit einem überzeugten und überzeugenden Mitglied ist meist **der entscheidende Auslöser** für den Schritt zur Mitgliedschaft. Studien und Befragungen zeigen, dass ein Anteil von ca. 15 % der Bürgerinnen und Bürger grundsätzlich bereit wäre, Mitglied in einer Partei zu werden. Tatsächlich sind in Parteien jedoch nur 2 % engagiert. Als Grund, warum grundsätzlich engagierte Menschen bisher nicht Mitglied in einer Partei sind, geben sie häufig an, dass sie noch nicht gefragt worden wären.

Hier liegt die Chance! Wahlkämpfe bieten viele Gelegenheiten zum Gespräch und direkten Kontakt mit politisch interessierten Menschen. Wir müssen diese Chancen ausnutzen und die Menschen gezielt auf die Mitgliedschaft ansprechen. Im persönlichen Gespräch können wir erfahren, was die Menschen bewegt und wie sie zur Politik der SPD stehen.

Das heißt:

- Menschen überzeugen, nicht überreden und nicht drängen.
- Potenzielle Neumitglieder immer wieder zu Veranstaltungen einladen
- Sicher im Abschluss sein – wenn Interesse an einer Mitgliedschaft besteht, dann gleich Beitrittsformular ausfüllen und unterschreiben lassen.
- Ehrlichkeit und Beharrlichkeit führen ans Ziel

■ Internet:

Das Internet kann nie das direkte Gespräch ersetzen, es allenfalls unterstützen. Das Internet ist eine zusätzliche Plattform zum Werben von neuen Mitgliedern. Gerade junge Menschen aber auch immer mehr ältere Menschen werden durch das Internet angesprochen.

Jeder Unterbezirk, jeder Ortsverein sollte sich auf die Internetseite die **Logos zur Mitgliederwerbung „Mach Dich stark“** und den Hinweis auf www.eintreten.spd.de einstellen. Näheres dazu unter Punkt 5.

Ein deutlich sichtbarer Hinweis auf allen Flyern, Plakaten, in Anzeigen etc. auf die **Internetadresse der Gliederung** erhöhen die Zugriffszahlen. Wichtig ist auch, dass Interessierte und (potenzielle) Neumitglieder auf den Internetseiten des Unterbezirks Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner mit Kontaktdaten finden.

Mit eigenen Internetseiten speziell für Neumitglieder könnt ihr den Neuen ein wichtiges Angebot machen mit Infos, Terminen, häufig gestellten Fragen etc.

Auf Seiten mit Zugangsberechtigungen können für Werberinnen und Werber die aktuellen Eintrittszahlen zum Vergleich veröffentlicht werden.

Tipp: Reicht die Adresse www.eintreten.spd.de an Freundinnen, Freunde und Familienmitglieder weiter; zum Beispiel mit euren täglichen Mails.

■ Veranstaltungen:

Veranstaltungen, Kundgebungen und Feste sind Wahlkampfelemente mit Öffentlichkeitswirkung und erreichen neben unseren Mitgliedern, Sympathisant/innen auch interessierte Bürgerinnen und Bürger und damit potenzielle Mitglieder. Die Form der Veranstaltungen ist sehr variabel und individuell auf Zweck und Teilnehmende auszurichten. Ob eher gesellig oder informativ, beteiligungsorientiert (z.B. gemeinsame Arbeit am Wahlprogramm) oder auf Diskussion und Meinungsaustausch angelegt. Jede Veranstaltung bietet die Möglichkeit, Menschen direkt anzusprechen und zum Mitmachen zu bewegen.

So können zum Beispiel Gartenpartys oder Grillabende organisiert werden, zu denen der/die örtliche Bundestags-/Landtagskandidat/in als Überraschungsgast vorbeikommt. Tipps für die Organisation von Veranstaltungen bekommt ihr in der Broschüre „Feste feiern - Veranstaltungen organisieren“ vom SPD-Parteivorstand.

Ein Stand zur Information und Aufnahme neuer Mitglieder als Anlaufstelle sollte bei jeder Veranstaltung auffällig platziert werden.

■ Der Infostand:

Ein immer noch wichtiges Mittel im Wahlkampf ist die Mitgliederwerbung am Infostand. Es sollte dafür gesorgt werden, dass an jedem Infostand im Wahlkampf Mitgliederwerbeflyer für Beitrittswillige vorhanden sind. Alle Materialien sollten mit einem Hinweis zum Beitritt versehen sein. Im Gespräch mit einem politisch interessierten Menschen darf und sollte nicht gezögert werden, die Frage nach der Mitgliedschaft zu stellen. Im SPD-Shop könnt Ihr zudem weitere Materialien bestellen, die bei jedem Infostand und jeder Aktion deutlich machen: Hier kann ich auch Mitglied werden.

Wahlkampfaktionen

Aktion	Kurzbeschreibung	Zielgruppe/ Geeignet für
Aktion Morgenröte	Verteilung von Mitgliederwerbeflyern in den Morgenstunden an (U- und S-)Bahnhöfen. Es werden die Mitglieder der örtlichen OV's eingebunden.	Geeignet für Großstädte und Städte mit vielen Pendlern
Tür-zur-Tür-Wahlkampf	Vom Wahlkampfteam festgelegte Straßenzüge/Wohnviertel werden von Kandidaten/innen und Helfern mit Material und einer roten Rose pro Wohnung besucht. Zusätzlich werden Mitgliederwerbeflyer verteilt.	Geeignet: Überall
Flugblattaktion	Jede/r Ortsvereinsvorsitzende sendet den Mitgliedern einen aktuellen Beitrittsflyer zu und bittet darum, ihn in der Nachbarschaft zu verteilen.	Für jede Stadt geeignet
Straßenaktionen zu zentralen Wahlkampfthemen	Themenzebrastreifen, Straßenzeitung, Bodenpunkte sorgen für Aufmerksamkeit und Gespräche! Der Infostand kann mit diesen Bodenaktionen in der Fußgängerzone wirkungsvoll ergänzt werden. Beispielthema zur Mitgliederwerbung: „Politik aktiv gestalten“ – mit dem Ergebnis, dass dies mit einer Mitgliedschaft in der SPD am besten gelingt.	Für jede Stadt geeignet
Lauftreff/ Stadtpaziergang	Regelmäßiger Lauftreff mit KandidatInnen durch den Stadtteil bzw. Park mit T-Shirts und der Möglichkeit ins Gespräch zu kommen.	Für jede Stadt geeignet
Kneipentour Biergärten Strandbars	Sorgt für Aufmerksamkeit: Mehrere SPD-Mitglieder tauchen einheitlich in rot gekleidet in Kneipen und Biergärten auf und führen thematische Aktionen durch, z.B. Bierdeckel-Quiz zu bestimmten Thema mit Preisen. Mitgliederwerbeflyer müssen dabei sein!	Zielgruppe: Junge Menschen
Flashmop „Essen im Park“	Garantierte Aufmerksamkeit und Sympathie! Am Wochenende im Stadt-/Gemeindepark oder auf dem Marktplatz innerhalb kürzester Zeit eine riesige Tafel aus Biertischen und Bänken mit Essen und Trinken aufbauen, rot	Für jede Stadt geeignet

	mit SPD-Logos eindecken und die Umstehenden einladen, mitzufeiern.	
Jugendaktionen	Speziell Aktionen für Jugendliche anbieten – Beachvolleyballturnier, Open-Air-Konzert oder -Kino, Diskussionsrunden mit JugendvertreterInnen	Zielgruppe: Jugendliche
Disco-Bus	Angebot eines Disco-Busses, um Jugendlichen ohne eigenen PKW einen Discoabend zu ermöglichen.	Mit Hilfe dieser Aktion können Jugendliche an die SPD gebunden werden
Wahlkreis-stammtisch	KandidatInnen bieten einmal die Woche einen offenen Stammtisch/Kaffee-Treff in einer Kneipe/Bar/Café im Wahlkreis an. Zum einen wird den WahlhelferInnen gedankt, aber vor allem können WählerInnen ihre KandidatInnen erleben und befragen. Hier bieten sich gute Gelegenheiten für persönliche Gespräche!	Zielgruppe: Sympathisanten und politisch Interessierte. Geeignet: Überall
Tag der offenen Tür	Im Unterbezirk / Wahlkampfbüro einen Tag der offenen Tür anbieten und über die Arbeit der SPD informieren.	Geeignet: Überall
Wahltaxi mit Kaffee am Wahlmorgen	Ein Service, der vor allem junge Menschen überzeugen wird: Sie können sich per Anruf zu einer bestimmten Zeit wecken lassen und ein Wahltaxi bestellen. Junge WahlkämpferInnen holen die WählerInnen mit einer Tasse Kaffee ab und fahren sie zum Wahllokal. Bewerbung über soziale Netzwerke. Manche wollen uns nach dieser Aktion nicht nur wählen, sondern auch mitmachen.	Überall geeignet
Werbeaktion	Legt euch unter einem bestimmten Motto im Unterbezirk auf eine bestimmte Zahl von Neumitgliedern in einem Zeitraum fest (z.B. 100 Neue in 2012). Mit einem internen Wettbewerb schafft ihr Anreize zur Mitgliederwerbung.	Für alle Unterbezirke geeignet

Sympathisant/innen gewinnen und zu Mitgliedern machen

Gerade in Wahlkämpfen wollen viele Interessierte die SPD unterstützen – ohne jedoch sofort Mitglied zu werden. Einige wollen den Kandidaten im Wahlkreis oder die Spitzenkandidatin unterstützen. Andere wollen helfen damit die SPD die Wahlen gewinnt.

Bei uns sind alle Engagierten willkommen. Für jeden und jede brauchen wir ein passendes Angebot. Bindet sie in den Wahlkampf mit ein, ladet sie zu Euren Info-Ständen und Aktionen ein. Es hilft Euch Kontakt zu Interessierten aufzubauen. Hilfreich ist dabei das Führen einer Sympathisant/innen-Liste.

Und nicht vergessen: Wir wollen natürlich aus den Sympathisant/innen Mitglieder machen. Geht spätestens nach dem Wahlkampf auf sie zu und fragt, ob sie Mitglied werden wollen. Macht ihnen konkrete Angebote, wie sie sich als Mitglied auch nach einem Wahlkampf einbringen können.

Tipps zur Neumitgliederbetreuung

- **Neumitgliederbetreuung:**

Eine gelungene Aufnahme und Betreuung von Neumitgliedern ist sehr wichtig. Wer den Schritt zur Mitgliedschaft wagt, erwartet eine Reaktion. Aus diesem Grund sollte möglichst schnell und persönlich Kontakt mit dem neuen Mitglied aufgenommen werden, damit es vor Ort eingebunden werden kann. Der direkte Kontakt hilft auch, um herauszufinden, in welcher Weise sich ein Neumitglied engagieren und mitmachen möchte. Hierfür ist der Telefonanruf das beste Mittel. Neumitglieder sollten rasch in den E-Mail-Verteiler aufgenommen werden und mit Materialien des Ortsvereins / Unterbezirks versorgt werden. Sehr wirkungsvoll für eine erfolgreiche Einbindung eines Neumitglieds ist ein Mentoring-Programm. Hier wird jeweils ein Neumitglied von einem Mitglied des Ortsvereins über eine gewisse Zeit (z.B. 6 Monate) begleitet und in die Arbeit des Ortsvereins integriert.

Ausführlichere Anregungen und Hinweise zu diesem Thema findet ihr im **„Roten Faden Nr. 2: Neumitglieder“** (ebenfalls auf www.spd.de unter Mein Bereich/Mitgliederservice/Arbeitshilfen)

Wichtig ist jedoch auch, dass Neumitglieder, die nur passiv dabei sein wollen, nicht „genervt“ werden. Deshalb ist es wichtig, bei einem Telefongespräch die Motivation des Eintrittes zu erfahren, um die Betreuung entsprechende den Erwartungen gestalten zu können.

Seminare und Workshops:

Das Referat Mitgliederwerbung und die Parteischule bieten in Kooperation mit den Landesverbänden und Bezirken regionale Tagesseminare zur Mitgliederwerbung an.

Das Referat Mitgliederwerbung unterstützt die Gliederungen beim Ausrichten von Workshops und Seminaren.

Ansprechpartner

SPD Parteivorstand
Willy-Brandt-Haus
Abteilung I Parteileben
Referat Mitgliederwerbung
10963 Berlin
Tel.: 030 25991 318
E-Mail: mitgliederwerbung@spd.de



www.eintreten.spd.de

5 gute Gründe – SPD Saar

Mit einer Broschüre, die mit **5 guten Gründen** überzeugend für den Eintritt in die SPD wirbt, werden seit Juli 2010 interessierte Saarländerinnen und Saarländer gezielt angesprochen und zum „Einmischen“ eingeladen. Im Rahmen dieser Kampagne gibt es attraktive Preise zu gewinnen. Auf dem SPD-Landesparteitag 2011 werden sowohl die besten Ortsvereine als auch die besten Einzelwerber belohnt.

- Die drei besten Ortsvereine erhalten jeweils einen Warengutschein für den SPD-Imageshop (500 Euro / 250 Euro / 150 Euro).
- Dabei gibt es sowohl eine Kategorie für den Ortsverein mit den meisten Neueintritten absolut als auch eine Kategorie in Relation zur Größe des Ortsvereines. Dadurch haben auch kleine Ortsvereine eine gute Chance bei den Gewinnern mit dabei zu sein!
- Die drei besten Einzelwerber werden zu einem Berlin-Wochenende eingeladen.
- Und auch unter den Neumitgliedern werden nach Ablauf der Kampagne attraktive Preise verlost.

Alle Infos zur Kampagne gibt's auch im Internet unter: www.einmischen.spd-saar.de

Rückantwort

Anwort per Email senden an einmischen@spd-saar.de, per Fax an 0681 95 44 84 oder per Post einsenden an:

An die
SPD Saar
Talstraße 58
66693 Saarbrücken

Absender: Name:

Straßen:

Ort:

E-Mail:

Datum, Unterschrift:

- ☐ Ich will nähere Informationen zur Arbeit der SPD Saar
- ☐ Ich will mich einmischen und Mitglied werden (formular umseitig)
- ☐ Ich will mich zum laufenden bleiben - Bitte nehmen Sie mich in den E-Mail Newsletter auf
- ☐ Ich interessiere mich für eine Gastmitgliedschaft
- ☐ Ich will wissen, wer mein lokaler SPD-Ansprechpartner ist
- ☐ Ich habe ein Anliegen, und zwar:

Kontakte:

SPD Landesverband Saarland
 Talstraße 58 | 66693 Saarbrücken
 Tel. 0681/95448-0
 Fax: 0681/95448-48
 E-Mail: landesverband@spd-saar.de
 Web: www.spd-saar.de

Ihr direkter Draht zu den Abgeordneten:
 SPD-Landtagsfraktion
 Franz-Josef Rüdert Str. 7 | 66693 Saarbrücken
 Tel. 0681/9500-188
 Tel. 0681/9500-383
 E-Mail: fraktion@spd-saar.de
 Web: www.spd-fraktion-saar.de

Bürgerbüro Jo Leinen
 Mitglied des Europaparlamentes
 Talstraße 58 | 66693 Saarbrücken
 Telefon: 0681 - 95 99 33 |
 E-Mail: europabureau@joelenin.de
 Web: www.joelenin.de

Bürgerbüro Erika Frenner
 Mitglied des Bundestages
 Anlaufstelle für Bürgerinnen und Bürger im
 Regionalverband Saarbrücken, Landkreis
 Neunkirchen und im Saarplatz
 Talstraße 58 | 66693 Saarbrücken
 Telefon: 0681 / 95060
 E-Mail: erika.frenner@bundestag.de
 Web: www.erika-frenner.de

Bürgerbüro Ottmar Schreiner
 Mitglied des Bundestages
 Anlaufstelle für Bürgerinnen und Bürger im Landkreis
 Saarlouis, Merzig-Wadern und St. Wendel
 Schankstraße 29 | 66663 Merzig
 Telefon: 06866 / 99 81 364
 E-Mail: ottmar.schreiner@bundestag.de
 Web: www.ottmar-schreiner.de

Impressum:
 Herausgeber: SPD Saar, Talstraße 58, 66693 Saarbrücken
 Telefon: 0681 95 44 84, E-Mail: landesverband@spd-saar.de
 V.i.S.d.R.: Thorsten Wüschel, | Auflage 2010

GANZ EINFACH AUCH ONLINE
MITGLIED WERDEN:
 www.einmischen.spd-saar.de
NOCH MEHR INFO:
 www.spd-saar.de

DIE SPD SAAR AUF:
 twitter: www.twitter.spd-saar.de
 facebook: www.facebook.spd-saar.de
 www.www.spd-saar.de
 youtube: www.youtube.spd-saar.de
 flickr: www.flicker.spd-saar.de

EINMISCHEN

für ein faires, modernes Saarland.

5 GUTE GRÜNDE

JETZT MITGLIED ZU WERDEN !

Wir machen's.

Saar SPD

www.einmischen.spd-saar.de



5 gute Gründe, jetzt Mitglied in der SPD Saar zu werden

1. Gute Arbeit

Immer mehr Menschen werden zu Dumpinglöhnen beschäftigt und in unsoziale Arbeitsverhältnisse gedrängt. Wir kämpfen für faire Löhne, gute Arbeitsbedingungen und zukunftsfähige Arbeitsplätze. Dazu brauchen wir Mindestlöhne und eine aktive Wirtschaftspolitik.

2. Faire Bildungschancen

Der Bildungserfolg unserer Kinder darf nicht davon abhängen, was die Eltern im Geldbeutel haben. Wir kämpfen für faire Bildungschancen, echte Ganztagschulen, Lernmittelfreiheit und kostenlose Bildungsangebote. Wir wollen, dass kein Kind zurückbleibt. Dazu haben wir auch eine eigene Kampagne im Internet gestartet: www.macht-bildung.de

3. Flagge zeigen gegen soziale Ungerechtigkeit

Die Schwarz-Gelbe Bundesregierung will, dass die kleinen Leute die Zechen für Spekulanten und Hedge-Fonds-Manager zahlen. Gleichzeitig soll mit der unsozialen Kopfpauschale das solidarische Krankenversicherungsprinzip ausgehebelt werden. Deshalb kämpfen wir für eine solidarische Bürgerversicherung, die Wiedereinführung der Vermögenssteuer und ein gerechtes Steuersystem. Unser Credo ist: Starke Schultern müssen mehr tragen als schwache Schultern!

4. Bei den Menschen zuhause

Die SPD ist eine Mitgliederpartei. Wir sind bei den Menschen zuhause. Wir haben ein offenes Ohr für die Sorgen und Nöte der Menschen. Und wir gehen lieber aufrecht in die Opposition, als mit gebrochenem Rückgrat in die Staatskanzlei. Denn wir haben klare Grundsätze – und lassen uns nicht verbiegen.

5. Der Jamaika-Chaos-Club

Der Jamaika-Koalition geht es in erster Linie um ihre eigenen Posten, um die Versorgung ihrer Parteifreunde – und nicht um die Lösung der Probleme unseres Landes. Müllers Tut-Nix-Regierung führt unser Land immer mehr in eine Sackgasse. Die SPD ist die einzige Alternative zum Jamaika-Chaos-Club. Deshalb kämpfen wir für den politischen Wechsel. Für ein faires, modernes Saarland. Gerade jetzt. Und immer mehr machen dabei mit.

Liebe Saarländerinnen, liebe Saarländer



Es gibt viele gute Gründe, sich in der SPD aktiv einzumischen. Die fünf wichtigsten Gründe für das Saarland haben wir links aufgelistet.

Ich lade Sie ganz herzlich ein, aktiv in der SPD Saar mitzumischen – und sich damit in die Politik einzumischen und einzubringen. Denn die SPD Saar ist mit ihren fast 22.000 Mitgliedern keine „geschlossene politische Gesellschaft“. Im Gegenteil: Die SPD Saar ist eine weltoffene, tolerante Partei. Wir sind fest verankert in vielen Vereinen, die das kulturelle Leben hier so reich machen. Wir sind Teil der sozialen Bewegung und pflegen den Kontakt zu den Gewerkschaften und den zahllosen Organisationen und Verbänden. Über die politische Arbeit hinaus ist die SPD selbst ein Ort der Geselligkeit. Nicht umsonst ist die SPD Saar die mit Abstand größte Partei im Saarland.

Vor allem wollen wir aber die Politik in diesem Land gestalten. Wir wollen, dass es gerecht zugeht. Wir streiten für faire Bildungschancen und gute Arbeit. Die SPD ist die Alternative zur Jamaika-Chaos-Truppe. Wir stehen für ein faires, modernes Saarland. Und wir sorgen vor Ort dafür, dass unsere Kommunen lebens- und liebenswert bleiben.

Wenn Sie nicht gleich Mitglied werden wollen, sich aber für unsere Arbeit interessieren, können sie beispielsweise mit einer Gastmitgliedschaft auch erst mal bei uns reinschnuppern. Oder Sie machen bei einer unserer Arbeitsgemeinschaften mit und engagieren sich für ein bestimmtes politisches Projekt. Machen Sie sich ein Bild von uns. Hier in dieser Broschüre, online unter www.einmischen.spd-saar.de – oder gleich als neues Mitglied.

Ich freue mich auf Sie!

Ihr Heiko Maas

P.S.: Wir haben immer ein offenes Ohr. Auf der Rückseite finden Sie viele interessante Kontaktadressen.



Erfolgreiche Mitgliederwerbeaktionen:

Mitgliederoffensive MOFF

- Ziel:**
- Neue Mitglieder schnell in die Arbeit der SPD einbinden
 - passive Mitglieder wieder aktivieren.

Der Unterbezirk Bonn startete den **Arbeitskreis Mitgliederoffensive**, um neue Mitglieder erfolgreich einzubinden und um den Eintritt in die Partei attraktiver zu machen. Alle neuen Mitglieder waren aufgerufen, sich im Arbeitskreis MOFF zu engagieren und sich mit ihren Erfahrungen einzubringen. In Zusammenarbeit mit den Ortsvereinsvorsitzenden und einigen UB-Vorstandsmitgliedern wurden verschiedene **Ideen und Anregungen der „Neuen“ umgesetzt**: Neumitgliederempfang, Gutscheine für verschiedene Veranstaltungen der SPD, Wochenendseminar für die neuen Mitglieder sowie ein Neumitgliederstammtisch. Hier treffen sich alle Neuen ein Jahr lang einmal im Monat, um sich kennenzulernen und um Erfahrungen auszutauschen.

Sechs Wochen nach dem Eintritt nimmt der Unterbezirk telefonischen Kontakt zum Neumitglied auf und erkundigt sich, wie die Kontaktaufnahme zum Ortsverein funktioniert und ob es gegebenenfalls noch Fragen gibt. So wird die Betreuung der neuen Mitglieder noch effektiver gestaltet.

Budgetplan:

Finanziert werden müssen: Neumitgliederempfang, Wochenendseminar, Freigetränke bei den Veranstaltungen, Druck- und Portokosten

Budget:	250 bis 2500 Euro
Teilnehmer:	Über 500 Personen
Regionalstruktur:	Kleinstadt/ Stadt
Ansprechpartner:	Engelbert Seuren, Unterbezirk Bonn, E-Mail: Engelbert.Seuren@spd.de



Der rote Sessel

- ein Projekt auch zur Mitgliederwerbung-

Der Rote Sessel als sozialdemokratische Institution in Harburg. In einer Kulturkneipe werden monatliche Lesungen mit durchschnittlich 30-40 Zuhörern durchgeführt. Es lesen Autoren, örtliche Journalisten, Sozialdemokraten und Unterstützer, darunter auch Prominente wie Hans-Ulrich Klose, Heide Simonis, Hubertus Heil oder Christian Seeler (Intendant Ohnesorg Theater) aus ihren Lieblingsbüchern vor. Hier öffnet sich die SPD und zieht interessierte Bürgerinnen und Bürger an.

Regionalstruktur: Stadt

Ansprechpartner: Thomas Bode, Tel.: 0177 6297985

Patenschaft in der SPD

Gutes Miteinander für den perfekten Einstieg

Das Grundmuster

Jedes neue Mitglied bekommt einen persönlichen Ansprechpartner oder eine persönliche Ansprechpartnerin. Diese Person kann die Parteistrukturen erläutern und Aufgaben schildern, die mit gewissen Ämtern und Funktionen verbunden sind. Sie weist auf wichtige Termine oder Parteiversammlungen hin. Sie stellt Kontakte her und organisiert bei Interesse den Einblick in politische Entscheidungsebenen (z.B. die Bezirksvertretung, den Rat oder den Kreistag). Sie beantwortet Fragen zu Personen und Beteiligungsmöglichkeiten.

Die Auswahl

Die Zuordnung der Ansprechpartner kann auf persönlicher Sympathie oder auch auf einem gemeinsamen thematischen Interesse beruhen. Die Gleichaltrigkeit kann ein ausschlaggebendes Kriterium sein. Häufig hat aber auch die generationenübergreifende Zusammenarbeit ihren Reiz. Dies gilt umso mehr als es viele ältere Parteimitglieder gibt, die ihre Erfahrungen gerne an neue Genossinnen und Genossen weitergeben.

Nähere Informationen (z. B.) :

OV Syburg-Buchholz (UB Dortmund)

sascha@hillgeris.de



PROJEKT 2009

- Ziel:**
- Verbesserung der Innen- und Außendarstellung des Ortsvereins Monschau
 - Intensivierung der Mitgliederbetreuung
 - Werbung neuer Wählerstimmen

Dieses langfristige Projekt der SPD Monschau beinhaltet eine Analyse der OV-Arbeit, die Entwicklung eines neuen Leitbildes und dessen Umsetzung. Nach einem **Start-Workshop für alle Mitglieder und interessierte Nichtmitglieder** folgte eine **Fragebogenaktion** aller Haushalte und aller SPD-Mitglieder in Monschau.

Aus den Ergebnissen wurde ein **neues Leitbild** entwickelt und darauf das weitere Vorgehen abgestimmt. Anregungen aus der Bevölkerung wurden in Form von Anträgen durch die SPD in den Stadtrat Monschau eingebracht. So konnte die Innen- und Außendarstellung der OV-Arbeit attraktiver gestaltet werden und viele Bürgerinnen und Bürger zeigten daraufhin reges Interesse an den Veranstaltungen des Ortsvereins.

Das Resultat kann sich sehen lassen: Vorhandene Mitglieder konnten aktiviert und 8 neue Mitglieder (12%) geworben und eingebunden werden. Hinzu kam der Gewinn von zwei SPD-Direktmandaten für den Monschauer Stadtrat im Jahr 2009.

Anzahl der Teilnehmer: über 500
Regionalstruktur: Alle Regionen
Ansprechpartnerin: Frau Brigitte Olschewski,
olschewski.monschau@t-online.de
Webseite: www.spd-monschau.de

Müllsammelaktion OV Gerwisch

Seit vielen Jahren ruft der OV-Gerwisch jährlich die Einwohner des Ortes dazu auf, sich an der Müllsammelaktion im Landschaftsschutzgebiet vor den Toren Magdeburgs zu beteiligen.

Das anschließende Grillfest gibt Gelegenheit über weitere Wünsche und Probleme der Dorfbewohner zu sprechen. So wird einerseits die Dorfgemeinschaft gestärkt und die Arbeit des Ortsvereins den Einwohnern näher gebracht.

Budgetplan: Die Mitglieder zahlen selbst für das Grillfest. Der Landkreis zahlt die Kosten der Müllentsorgung.
Teilnehmer: Bis 50 Personen
Regionalstruktur: Ländlicher Raum



Uedemer Kochbuch

Ziel: Aktion mit großer Aufmerksamkeitsgarantie: SPD-Ortsverein realisiert ein Kochbuch mit den Rezepten der Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde.

Alle Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde waren aufgerufen, ihre Rezepte für ein Kochbuch einzuschicken. Dieses erschien pünktlich zum Wahlkampf im kulinarischen Fachbuchverlag Gebrüder Kornmeyer (Rödermark). Als Anreiz wurde jeder, der ein Rezept eingeschickt hat, als Mit-Autor im Buch genannt. Zusätzlich bekam jeder ein Gratis-Exemplar des Buches durch die Bürgermeisterkandidatin überreicht. Viele Leute konnten auf die Arbeit des Ortsvereins aufmerksam gemacht werden und interessierte Bürger kamen gezielt zu den Aktionsständen, an denen dieses Buch verkauft wurde. Mit dem Verlag Gebrüder Kornmeyer wurde vereinbart, dass auch andere SPD-OVs diese Idee bei ihnen realisieren dürfen.

Teilnehmer:	bis 50 Personen
Budget:	250 bis 2 500 Euro
Ansprechpartner OV Uedem:	Herr Olaf Plotke, o.plotke@mfi.eu
Ansprechpartner Verlag:	Evert Kornmeyer, Tel.: 06074 – 49 69 320

Gründung einer Juso-AG Ortsverein Uedem/NRW:

Im Oktober 2008 bestand der OV aus 50 Mitgliedern, darunter 4 Jusos. Heute sind es 53 Mitglieder und eine AG mit 29 Jusos, von denen 18 aktiv mitmachen.

Das Geheimnis des Erfolges: das persönliche Gespräch; mit Freunden und Bekannten, auf Veranstaltungen und Feiern.

Der Inhalt der Gespräche: Wenn euch etwas stört, wenn ihr etwas ändern wollt, dann müsst ihr mitmachen und euch engagieren und am besten geht das in einer Gruppe Gleichgesinnter. Mit konkreten kommunalen Themen (Bau eines neuen Jugendzentrums, Einrichtung öffentlicher Toiletten im Ortskern) sowie Ausflugsfahrten, politischen Bildungsveranstaltungen auch mit Landtagsabgeordneten gehen die Jusos aktiv auf Jugendliche zu und wachsen weiter.

Carsten Otto, Südwall 19, 47589 Uedem;
Tel. 02825 7700; 0179 1406452; E-Mail: ottoca@web.de



Projektskizze „10 unter 25“

Junge Menschen für Politik begeistern

Das Projekt

Zehn politisch interessierte junge Männer und Frauen (zwischen 14 und 25) erhalten für sechs Monate Einblick in die politische Praxis
= *Politik zum Miterleben und Anfassen*

Sie bekommen ein abwechslungsreiches Programm geboten

- *Direkter Kontakt mit PolitikerInnen*
- *Bildungsangebote*
- *kontinuierliche Begleitung*

Die Auswahl erfolgt mittels einer Ausschreibung, die über die lokalen Medien (Presseankündigungen und Anzeigen) und über Flyer angekündigt wird

Mögliche Programmpunkte

- > Besuch im Landtag
- > Besuch im Bundestag (gekoppelt mit einer mehrtägigen Berlinreise)
- > Treffen mit den örtlichen Abgeordneten
- > Besuche in der Kreistagsfraktion, im UB-Vorstand
- > Teilnahme an Veranstaltungen der einzelnen AGs (je nach persönlicher Interessenlage)
- > Besuch bei den Lokalzeitungen
- > Betriebsbesichtigungen
- > Teilnahme am Bezirks-/Landesparteitag
- > Teilnahme an einem Seminar der Jusos
- > Teilnahme an Kamingesprächen
- > Regelmäßige Projekttreffen (einmal im Monat)

Beispiel für die Ausschreibung:

Das könnt Ihr bekommen:

- > Einblicke in die Arbeit der SPD vor Ort
- > Hospitation bei Landtags- und Bundestagsabgeordneten
- > einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch mit einem Mitglied der Kreis-SPD (mindestens einmal im Monat)
- > Einen individuellen Ziel- und Maßnahmenplan für den Verlauf des Projekts
- > Auslagenersatz für Seminar- und Reisekosten
- > Zertifikat am Ende des Monats
- > Ein Jahr Schnuppermitgliedschaft am Ende des Projekts

Das solltet Ihr mitbringen:

- > Interesse, die Politik der SPD näher und von innen kennen zu lernen
- > Bereitschaft, ca. zwei bis drei Abende pro Monat an einer Sitzung bzw. Veranstaltung teilzunehmen



- > Bereitschaft zur Teilnahme an einem Wochenendseminar
- > Zeit für einen eintägigen Besuch im Landtag (Termin nach Absprache)
- > Zeit für eine dreitägige Berlinfahrt mit dazugehörigem Besuch des Deutschen Bundestages

Bewerbungsschluss bis...

Bitte gebt bei Eurer Bewerbung an xxx@spd.de Folgendes an:
Was sind die Gründe, aus denen Ihr Euch für das Projekt 10 unter 25 bewirbt
Eure Kontaktdaten (Postadresse, E-Mailadresse, Telefonnummer)
Euer Alter

Viel Erfolg!

Weitere Informationen:
roland.guettler@spd.de
gwendolin.jungblut@theleadership.de

M-Community. Mitmachen! Mitreden! Mitgestalten!

UB Potsdam Stadt/BB

Die M-Community ist ein soziales Netzwerk, dass Ende April 2009 online gegangen ist. Es stellt ein zentrales Kommunikationsmedium des UB-Potsdam und seiner Mandatsträger für ein breit gefächertes online-Publikum dar. Nach dem Motto: "Mitmachen! Mitreden! Mitgestalten!" werden den Bürgerinnen und Bürgern gängige online-Tools wie Foren und Blogs angeboten, um sich an politischen Diskussionen zu beteiligen. Die Beiträge und Anregungen fließen direkt in die Arbeit der Mandatsträger ein. Die Nutzer werden zeitnah über verschiedenste Veranstaltungen in Potsdam und Umgebung informiert und können auch selber Veranstaltungen einstellen. Ziel ist es, neue Formen des Dialogs intensiv zu nutzen und sich nach außen zu öffnen. Die ersten Mitglieder waren nur Mitglieder der SPD Potsdam, mittlerweile sind es mehr als 200 Mitglieder, die mitmachen. Nach den Landtagswahlen soll die M-Community das zentrale Dialogportal der Potsdamer Mandatsträger darstellen.

Infos: www.m-community.org
Daniel Rigot, Alleestr. 9, 14469 Potsdam; Tel 0331 73098500, Fax: 0331 73098501; E-Mail: daniel.rigot@spd.de

Ansprechpartner im WBH für weitere Aktionen:

Mitgliederwerbung und –entwicklung
Tobias Keim, Tel.: 030 25991 582

E-Mail: Mitgliederwerbung@spd.de



GRUNDSÄTZE FÜR DIE ARBEIT DER MITGLIEDERBEAUFTRAGTEN

Beschlossen durch den Parteivorstand am 26. März 2012

Auf allen Ebenen der Partei, beginnend auf den Ebenen des Ortsvereins, wird die Funktion **eines/einer Mitgliederbeauftragten** eingerichtet. Die Mitgliederbeauftragten werden vom zuständigen Vorstand ernannt. Die Funktion sollte von einem Vorstandsmitglied übernommen werden. Eine Einbindung in die Arbeit des jeweiligen Vorstandes muss gewährleistet sein. Mitgliederbeauftragte müssen über moderne elektronische Kommunikationswege erreichbar sein, um ihre Aufgaben erfüllen zu können.

Die Berufung endet mit der Amtszeit des zuständigen Vorstandes. Erneute Berufung ist zulässig.

Die Mitgliederentwicklung und die Wertschätzung der Mitglieder werden auf allen Ebenen der Partei regelmäßig thematisiert. Den Ortsvereinen kommt dabei eine besonders wichtige Rolle zu. Sie nehmen sich Ziele vor und streben danach, sie zu erreichen. Für die SPD als Mitgliederpartei ist die Betreuung der Mitglieder eine Kernaufgabe. Zufriedene Mitglieder, von Anfang an und entsprechend ihrer Bereitschaft gut eingebunden und integriert, sind der Garant für eine stabile Mitgliederentwicklung.

I. Aufgaben

Die Mitgliederbeauftragten sind für die Belange der Mitgliederpartei SPD zuständig. Die Mitgliederbeauftragten sorgen für die Einhaltung der Standards für Bindung, Betreuung und Rückgewinnung von Mitgliedern. Sie sorgen dafür, dass die Mitgliederwerbung als zentrale Aufgabe der Parteiarbeit in den Gliederungen wahrgenommen wird.

Die Mitgliederbeauftragten berichten jährlich im Rahmen eines Mitgliederberichts für den jeweiligen Vorstand über die Mitgliederentwicklung. Der Mitgliederbericht informiert über die Zahl der Ein- und Austritte und die Aktivitäten der Gliederung zur Mitgliedergewinnung und –pflege. Weiterhin enthält er eine Beurteilung der Wirksamkeit der durchgeführten Maßnahmen. Der Mitgliederbericht wird zusammen mit dem Rechenschaftsbericht abgegeben. Die Vorstände sollen hieraus konkrete Ziele zur Mitgliedergewinnung und Vorschläge zur Verbesserung der Mitgliederentwicklung erarbeiten.

II. Aufgabenbeschreibung auf den unterschiedlichen Gliederungsebenen der Partei

- Mitgliederbeauftragte des Ortsvereins:

- Verantwortung für gute direkte, persönliche Kontaktpflege und das Vorhandensein von Ansprechpartnern für die Mitglieder
- Die Mitgliederbeauftragten kümmern sich darum, dass alle Belange der Mitglieder in Bezug auf ihre Parteimitgliedschaft Berücksichtigung finden. Sie sorgen dafür, dass Neumitglieder und zugezogene Mitglieder schnell kontaktiert und gut eingebunden werden, der Kontakt zu passiven oder älteren Mitgliedern nicht abreißt und austrittswillige Mitglieder kontaktiert werden.
- Die Mitgliederbeauftragten organisieren Befragungen nach den Erwartungen, Interessen, Fähigkeiten und Eintrittsmotiven der Neumitglieder und geben diese Informationen an den Vorstand weiter
- Sie sorgen für die Umsetzung und Sicherstellung der Standards für Bindung, Betreuung und Rückgewinnung von Mitgliedern
- Sie entwickeln Vorschläge zur aktiven Mitgliederwerbung
- Die Mitgliederbeauftragten sorgen dafür, dass Ehrung der Parteijubilare fristgerecht stattfinden und Geburtstagsglückwünsche übermittelt werden.

- Mitgliederbeauftragte des Unterbezirks:

- Übernahme der Aufgaben der Mitgliederbeauftragten der Ortsvereine, soweit diese nicht benannt sind und die Ortsvereine dem zustimmen
- Umsetzung und Sicherstellung der Standards für Bindung, Betreuung und Rückgewinnung von Mitgliedern
- Durchführung regelmäßiger Neumitgliedertreffen/-seminaren auf Unterbezirksebene. Im Einzelfall kann dies auf die Landes- bzw. Bezirksebene verlagert werden
- Ansprechpartner für Mitgliederbeauftragte der Ortsvereine
- Durchführung jährliches Treffen der Mitgliederbeauftragten der Ortsvereine
- jährlicher Mitgliederbericht über Mitgliederentwicklung und Aktivitäten des Unterbezirks an den Vorstand
- Entwicklung von Konzepten und Strategien zur Verbesserung der Mitgliederentwicklung und der gezielten Mitgliederwerbung in ihrem Zuständigkeitsbereich

- Mitgliederbeauftragte des Landesverbands/Bezirks:

- Umsetzung und Sicherstellung der Standards für Mitgliederbindung -betreuung und -rückholung in den Gliederungen
- Durchführung jährliches Treffen der Mitgliederbeauftragten der Unterbezirke

- jährlicher Mitgliederbericht über Mitgliederentwicklung und Aktivitäten, Projekte, Kampagnen etc. des Landesverbands/Bezirks
 - Entwicklung von Konzepten und Strategien zur Verbesserung der Mitgliederentwicklung und der gezielten Mitgliederwerbung in ihrem Zuständigkeitsbereich
 - Sicherstellung von Schulungsangeboten
- **Mitgliederbeauftragter des Bundes:**
- Bestimmung der Standards für Bindung, Betreuung und Rückholung der Mitglieder
 - Entwicklung von Pilotprojekten, Kampagnen und Bildungsangeboten für Mitgliederbeauftragte, Sammlung von Praxisbeispielen
 - Ansprechpartner für Mitgliederbeauftragte der LV/Bez.
 - Durchführung einer jährlichen Konferenz der Mitgliederbeauftragten der LV/Bez.
 - Jährlicher Mitgliederbericht über Mitgliederentwicklung und Aktivitäten
 - Entwicklung von Konzepten und Strategien zur Verbesserung der Mitgliederentwicklung und der gezielten Mitgliederwerbung in ihrem Zuständigkeitsbereich
 - Sicherstellung von Schulungsangeboten
 - Auf- und Ausbau eines Servicetelefons für Mitglieder

III. Unterstützung

Die Mitgliederbeauftragten werden geschult. Die Mitgliederbeauftragten erhalten Zugang zu den Mitgliederdaten ihrer Gliederungen, wobei hiervon nicht die beitragsrelevanten Daten wie Kontodaten und Mitgliedsbeitrag erfasst sind. Näheres regelt die SPD-Datenschutzrichtlinie. Die Mitgliederbeauftragten erhalten zeitnah Informationen über die Mitgliederänderungen ihrer Gliederung per Email sowie Arbeitshilfen für die standardisierte Erstellung des Mitgliederberichts. Jährlich finden Konferenzen der Mitgliederbeauftragten auf jeder Ebene statt. Diese dienen dem Erfahrungsaustausch und der gemeinsamen Arbeitsplanung.



Gwendolin Jungblut

Co-Autorin und Trainerin für die Mitgliederwerbeseminare

Gwendolin Jungblut, geboren in Bonn, lebt seit 2002 in Achim bei Bremen. Sie ist Juristin und Journalistin, arbeitet als freie Autorin für einen großen deutschen Verlag und hat sich als Moderatorin von Groß- und Fachveranstaltungen für die SPD sowie überparteiliche Organisationen und Unternehmen einen Namen gemacht.

Seit 2006 arbeitet sie zudem für die Agentur "The LeaderShip", die sich vor allem der Beratung von Kommunen, Fraktionen sowie Kandidaten für politische Wahlämter widmet. Ein weiteres Hauptaugenmerk der Agentur liegt in der langfristigen Konzeption von Kommunal-, Bürgermeister und Landtagswahlkämpfen. So hat "The LeaderShip" unter anderem den erfolgreichen Landtagswahlkampf der SPÖ Kärnten im Jahr 2013 begleitet.

Gwendolin Jungblut ist Kommunalpolitikerin und hat politische Ehrenämter auf verschiedenen Ebenen bekleidet. Als Vorsitzende des SPD-Ortsvereins Achim konnte sie im Zeitraum von 2004 bis 2006 fast 40 Neumitglieder begrüßen.

In der renommierten Sozialdemokratischen Kommunal-Akademie ist Jungblut als Trainerin im Einsatz. Darüber hinaus führt sie deutschland- und österreichweit Seminare durch, darunter "Neue Wege zur Bürgerbeteiligung" und "Strategische Steuerung von Kommunalpolitik". Zu ihren Veröffentlichungen zählen unter anderem die Handreichungen "Kandidaten finden und Wähler gewinnen" und "Wissensmanagement für Fraktionen". Sie ist außerdem Gründungsmitglied der Europäischen LIFE-Akademie und hat als Trainerin bereits mehrfach im Nahen Osten gearbeitet.



Der SPD- Parteivorstand eröffnete am 15. November 1906 die zentrale Parteischule in Berlin. Parteivorsitzende waren August Bebel und Paul Singer, die treibende Kraft aber Clara Zetkin.

189 Männer und 14 Frauen besuchten die halbjährlichen Vollzeitkurse. Das Foto zeigt den „1. Kursus“ im Jahr 1907 mit August Bebel und dem Lehrkörper. Den „7. Kursus“ verabschiedete Philipp Scheidemann am 31. März 1914 – ein ungeahnt langer Abschied.

Erst 1986 gründete der Parteivorstand auf Initiative von Willy Brandt und Peter Glotz die Parteischule erneut – zunächst nur für die Weiterbildung der Hauptamtlichen.

Im Jahr 2000 reorganisierten und erweiterten Franz Müntefering und Matthias Machnig das Bildungsangebot, das seitdem stetig wächst.

Heute vermittelt die „Parteischule im Willy-Brandt-Haus“ zahlreiche Bildungsangebote rund um das politische Handwerk.

- Die **„EHRENAMTLICHE BILDUNG“** der Parteischule unterstützt die Aktiven bei ihren Aufgaben mit Seminaren, dem „Handbuch Bildungsarbeit“, den „Pluspunkten“, dem Bildungswiki und anderen Angeboten.
- Gemeinsam mit der Bundes-SGK fördert der Parteivorstand junge Talente in der **„SOZIALDEMOKRATISCHEN KOMMUNAL-AKADEMIE“**.
- Persönlichkeiten aus Bundestag und Landtagen, OberbürgermeisterInnen und ParteifunktionärInnen besuchen die **„FÜHRUNGS-AKADEMIE DER SOZIALEN DEMOKRATIE“**.
- Bundesweite betriebliche Weiterbildung offeriert das Programm **„INNOVATION, PERSONALENTWICKLUNG UND QUALIFIZIERUNG“**.
- Politik ist lernbar, insbesondere im **„NETZWERK POLITISCHE BILDUNG“**. Politische Qualifizierungsangebote jeder Art im Bildungsnetz der sozialen Demokratie.

Kontakt:

Parteischule@spd.de

<http://parteischule-wiki.spd.de>

